الخصائص المهنية
للقائم بالاتصال في الصحافة



الدكتورة
إسراء جاسم فلحي الموسوي
الجامعة المستنصرية - كلية الاداب / قسم الاعلام

دار أمجد للنشر والتوزيع

بسم اللـه الرحمن الرحيم

الخصائص المهنية للقائم بالاتصال

في الصحافة

الخصائص المهنية للقائم بالاتصال

في الصحافة

الدكتورة

إسراء جاسم فلحي الموسوي

الجامعة المستنصرية / كلية الاداب / قسم الاعلام

الطبعة الأولى

2019م



دار امجد للنشر والتوزيع

المملكة الأردنية الهاشمية
رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
(2018/1/71)

302.2

الموسوي ، إسراء جاسم فلحي
الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة/ إسراء جاسم فلحي الموسوي.- عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع،2018.
( ) ص
ر.إ: 2018/1/71
الواصفات: الصحافة// وسائل الاتصال الجماهيري

ردمك : ISBN:978-9957-99-714-4



بسم الـلـه الرحمن الرحيم

"وَلاَ تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولئِـكَ كَـانَ عَنْـهُ مَسْؤُولاً {36/17}"

صدق الـلـه العظيم

(الاسراء/ 36)

الإهـداء

إلى كل من...

أسال قطرة دم، وكتب حرفاً، وقال كلمة حـق للـوطن عـلى حـب اللــه ورسوله

أهدي هذا الجهد المتواضع

إسراء



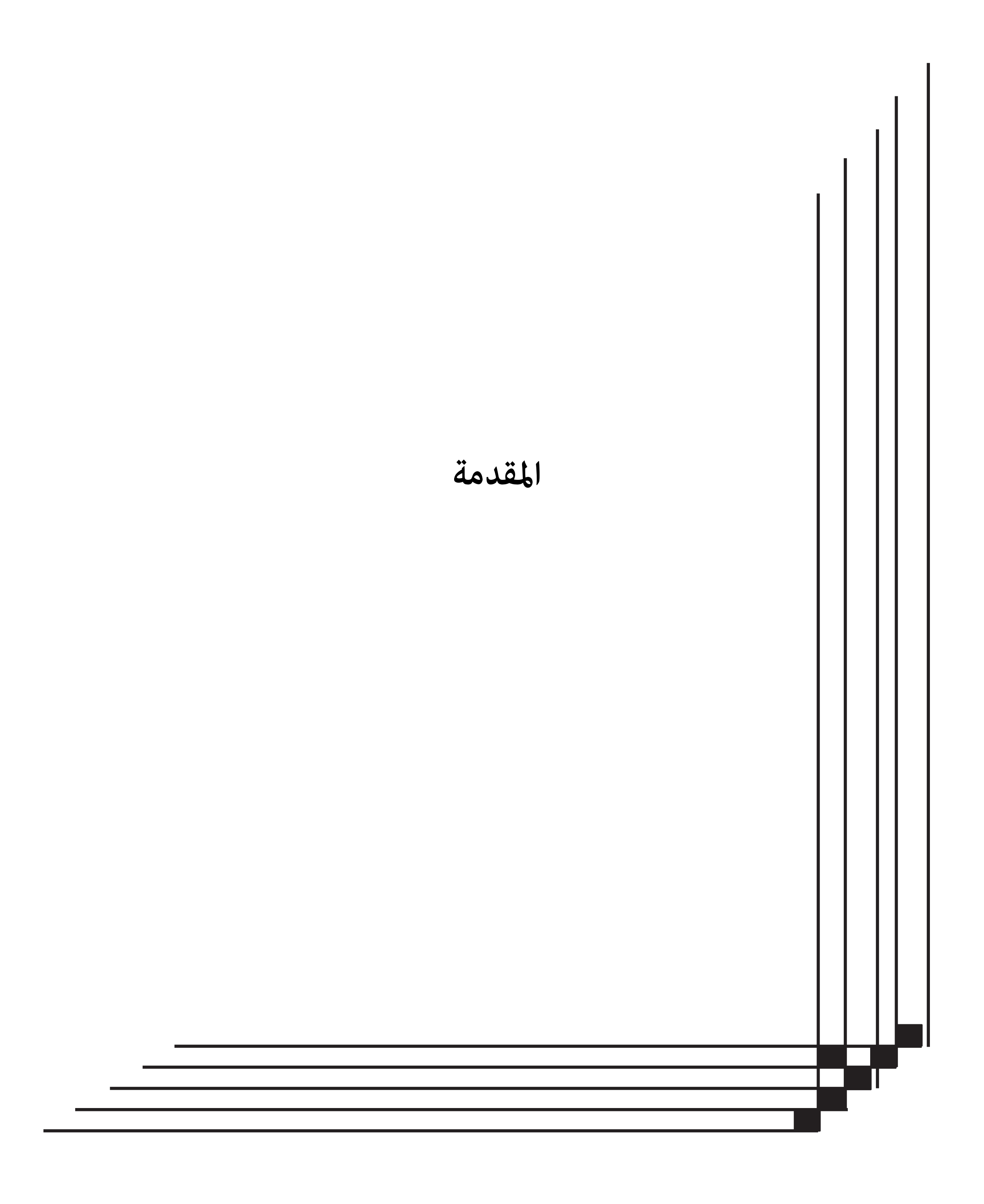
ثبت المحتويات

الموضوع	الصفحة

الباب الثاني

الفصل الرابع

الفصل السادس



المقدمة

مقدمة

تحتاج مهنة الصحافة، كي تبلغ المستوى الرفيع برسالتها في إيصال المعلومة للجمهور، إلى أن تتوافر في القائمين بالاتصال خصائص مهنية معينة ليؤدوا الدور المنوط بهم بنجاح، فلا توجد مهنة تقتضي من صاحبها ما تقتضيه الصحافة، فالقائم بالاتصال هو الشريان الرئيس للنشاط الاتصالي الإعلامي، فهو الذي يتولى تنفيذ الأدوار والمسؤوليات ويتحمل عبء القيام بمتطلباتها ومواجهة الظروف والتحديات المختلفة الناجمة عن التطورات والتغيرات المتلاحقة في عالم الصحافة.

لذلك فإن دراسة القائم بالاتصال من أهم الموضوعات العلمية التي يجب أن يركز عليها الباحثون في مجال الإعلام لاسيما وإن طبيعة الأداء المهني للقائمين بالاتصال ينعكس على مسيرة الصحافة بشكل واضح.

وتجدر الإشارة إلى أن التغيرات التي طرأت على عالم الصحافة بعد الاحتلال الأمريكي للعراق عام 2003م قد أسست لمفاهيم جديدة في مهنة الصحافة، ففضاء الحرية في الصحافة والتطورات التكنولوجية وانعدام الضمانات القانونية والمهنية للقائم بالاتصال قد جعلت القائم بالاتصال يمتاز بخصائص مهنية معينة كي يستطيع ممارسة المهنة وفقاً لأصولها المهنية، فضلاً عن ضغوطات البيئة الإعلامية التي يتعرض لها القائم بالاتصال باستمرار وتباين قدرته على مواجهتها.

يضع القائم بالاتصال العديد من الاعتبارات المهمة عند صياغة المادة الصحفية، منها علاقته بالجمهور ومدى علاقته بمصدر المعلومات وانعكاس هذه العلاقة على أدائه الإعلامي، كذلك للتدريب والتأهيل الأكاديمي دور كبير في تشكيل بعض الخصائص المهنية لدى القائم بالاتصال.

وللسياسة الإعلامية المتبعة في المؤسسة وموقف القائم بالاتصال منها دور في التأثير على ما يمتاز به من خصائص مهنية والتي يكون لها ارتباط بالأخلاق المهنية التي يعمل وفقاً لها.

جاء هذا البحث ليعطي صورة عن طبيعة الخصائص المهنية التي يمتاز بها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية ببابين رئيسين: يتناول الباب الأول الإطار النظري للبحث، الذي يبدأ بالفصل المنهجي الذي تناول مشكلة البحث وأهميته وأهدافه ومنهج ومجال البحث، فضلاً عن إجراءات البحث والدراسات السابقة والمصطلحات والمفاهيم.

أما (الفصل الثاني) فيتناول علاقات القائم بالاتصال وحقوقه وأخلاقياته وجاء بثلاثة مباحث، (المبحث الأول) (مفهوم القائم بالاتصال وعلاقاته) وتناول مفهوم القائم بالاتصال والتعريفات التي وردت عنه ومفهوم حارس البوابة وطبيعة عمله، وعلاقة القائم بالاتصال بالجمهور ومعرفة جوانب هذه العلاقة ومدى تأثيرها على عمل القائم بالاتصال، فضلاً عن علاقة القائم بالاتصال بالمصدر.

أما (المبحث الثاني) فهو (حقوق وضمانات القائم بالاتصال) والذي قسمت المؤلفة محتوياته على ثلاثة أقسام الأول الضمانات القانونية التي يجب أن يتمتع بها القائم بالاتصال أثناء ممارسته مهنة الصحافة وهي: 1-حرية الرأي والتعبير، 2-حق النقد.

أما والثاني فضم (الضمانات المهنية)، وهي الضمانات المتعلقة بطبيعته مهنة الصحافة وهي الحق في ممارسة المهنة، والحق في التنظيم المهني، والحق في الحماية، والحق في الحفاظ على سر المهنة، والحق في المعرفة.

وثالثاً (الضمانات الاقتصادية للقائم بالاتصال).

وتناول (المبحث الثالث) (الاخلاقيات المهنية للقائم بالاتصال)، وضحت المؤلفة فيه مفهوم الأخلاقيات المهنية والأركان الرئيسة لهذه الأخلاقيات.

وتناول (الفصل الثالث) للبحث (الخصائص المهنية للقائم بالاتصال والضغوطات التي يتعرض لها في أثناء ممارسته العمل الصحفي) وجاء بثلاثة مباحث، تناول (المبحث الأول) (الخصائص المهنية للقائم بالاتصال) وهي الكفاءة المهنية والرضا المهني والتدريب الإعلامي والاستقلالية في العمل واتخاذ القرار والاحتراف الصحفي، أما (المبحث الثاني) (الضغوط المهنية والذاتية للقائم بالاتصال) مقسمة على الضغوط المهنية وتشمل: السياسة الإعلامية وعلاقات العمل والقيم الإخبارية والمساحة والتوقيت، كذلك مصادر المعلومات والجمهور وأخلاقيات المهنة، أما القيم الذاتية للقائم بالاتصال واتجاهاته فتشمل: الاتجاهات الدينية، والاتجاهات الاجتماعية، والاتجاهات السياسية، و(المبحث الثالث) تناول (ضغوط البيئة والعوامل الفاعلة فيها من ضغوط اجتماعية واقتصادية وقانونية وسياسية).

أما (الباب الثاني) فضم (الإطار العملي للبحث) وتحليل للاستبانة في ثلاثة فصول مقسمة فيها المباحث حسب الأبواب الرئيسة للاستبانة والتي تعد توضيحاً وتطبيقاً للجانب النظري وهي (الفصل الرابع): (الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية واتجاهاته للمادة وتأهيلها وتدريبه)، وجاء بأربعة مباحث.

و(الفصل الخامس) (علاقات القائم بالاتصال في الصحافة العراقية والحقوق والضمانات التي يتمتع بها)، أما (الفصل السادس) فتناول (الضغوط المهنية وضغوط السياسة الإعلامية التي يتعرض لها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية).

وختم هذا البحث بـ(الاستنتاجات والتوصيات) فضلاً عن (المصادر التي اعتمدتها المؤلفة.

ومن أبرز الصعوبات التي واجهتها المؤلفة أثناء البحث تشعب موضوع الخصائص المهنية للقائم بالاتصال وارتباطه بالعديد من المفاهيم الإعلامية، كذلك ضعف معرفة القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بالمصطلحات الإعلامية الأكاديمية فكان على المؤلفة توضيح المفهوم لكل مبحوث.

الباب الأول

الإطار النظري

الفصل الأول

الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث .

ثانياً: أهمية البحث.

ثالثاً: أهداف البحث.

رابعاً: منهج البحث.

خامساً: مجالات البحث.

سادساً: أدوات جمع البيانات والمعلومات.

سابعاً: اختبار الصدق والثبات.

ثامناً: تعريف المصطلحات.

تاسعاً: البحوث والدراسات السابقة.

الفصل الأول
الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث:

تبدأ الأبحاث العلمية من نقطة أساسية هي الإحساس بالمشكلة فبدون مشكلة لا يوجد بحث علمي[1]، وتعرف المشكلة بأنها ((موقف غامض يثير قلق الباحث ويولد لديه رغبة في الكشف عن هذا الغموض))[2]، والمشكلة ((ظاهرة تحتاج إلى تفسير ويقتضي أجراء عملية البحث في جوهرها))[3]، وتكمن مشكلة البحث الذي نحن بصدده في أنّ القائم بالاتصال يتعرض لمجموعة من الظروف والمتغيرات التي تؤثر في أدائه المهني الإعلامي والتي تشكل خصائصه العملية والفكرية وتحدد طبيعة علاقته بالمصدر والجمهور والوسيلة، كما يتعرض لمجموعة من الضغوط التي تؤثر في أدائه الإعلامي سواء كانت ضغوطاً سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية او الضغوط المهنية الخاصة بطبيعة العمل الإعلامي، كما يتناول البحث الضمانات القانونية والمهنية التي يمكن أن تكفل حرية الممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال بعيداً عن تلك الضغوط.

هذا كله يحدد السمات التي يمتاز بها القائم بالاتصال وتشكل خصائصه المهنية، كما أن التغيرات التي حدثت في الإعلام العراقي ولاسيما الصحافة بعد الاحتلال الأمريكي للعراق في عام 2003م جعلت القائم بالاتصال في مواجهة مع متغيرات عديدة ولابد ان يمتلك خصائص مهنية معينة كي يستطيع أن يؤدي دوره الإعلامي بشكل ناجح ومؤثر منها التدريب والتأهيل الإعلامي والاستقلالية في العمل ومدى ما يتمتع به من رضا وظيفي وطبيعة أدائه الإعلامي وما يشعر به ويلتزم به من مسؤولية مهنية وأخلاقيات مهنية قد تكون في بعض الأحيان ضغطاً على القائم بالاتصال.

لذلك لابد من التصدي لهذه المشكلة ودراستها ومعرفة جوانبها وإيجاد الحلول العلمية المناسبة لها وفق منهج علمي مدروس.

---

[1] عبد الله محمود سلمان، المنهج وكتابة تقرير البحث في العلوم السلوكية، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1973)، ص83.

[2] د. ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي: مفهومه وأدواته، (عمان: دار الفكر للطباعة والنشر، ط6، 1998)، ص70.

[3] د. حميد جاعد، أساسيات البحث العلمي، (بغداد: شركة الحضارة، 2004)، ص34.

ثانياً: أهمية البحث:

تنبع أهمية هذا البحث من أهمية الدور الذي يقوم به القائم بالاتصال في الصحافة، والذي أصبح اليوم القائد الحقيقي للرأي العام عن طريق تعبيره بالكلمة المقروءة أن يوجه ويعلم ويثقف ويزرع السلوك الاجتماعي للجماهير، كما إن هذا البحث يتناول الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة في ظل ظروف متغيرة ومعقدة يشهدها الإعلام العراقي بعد الاحتلال الاميركي في عام 2003م عن طريق ممارسة الحرية الصحفية مع غياب الحقوق والضمانات المهنية والقانونية وتعدد الضغوط التي يتعرض لها أثناء الممارسة الصحفية.

وتأتي أهمية البحث أيضاً في أنه يحدد الأخلاقيات المهنية التي يمتاز بها القائم بالاتصال في الصحافة لتلك المرحلة، وكشفت لاتجاهات القائم بالاتصال وتأثيرها على الممارسة الإعلامية، كما أنه يسلط الضوء على أبرز الحقوق والضمانات القانونية للقائم بالاتصال والتي يجهلها أغلب الممارسين للعمل الإعلامي فلا يطالبون بها من الدولة أو المؤسسات الإعلامية التي يعملون فيها.

ولم يحظ القائم بالاتصال في الدراسات الإعلامية بالاهتمام المطلوب والذي يتوافق مع أهمية القائم بالاتصال في العملية الإعلامية، لاسيما وإن البيئة الإعلامية العراقية غير ثابتة نتيجة التغيرات التي يشهدها الواقع الإعلامي العراقي.

يحاول هذا البحث أن يلفت انظار المسؤولين في الدولة والمسؤولين الإعلاميين في المجتمع إلى ضرورة الاهتمام بالقائم بالاتصال وإعادة تدريبه بشكل صحيح وتوفير المستلزمات التي من شأنها أن تعطي للقائم بالاتصال خصائص مميزة تساعده على تحسين أدائه الإعلامي وتمنحه قدرة على مواجهة الصعوبات التي يمتاز بها العمل الإعلامي للوصول إلى عملية إعلامية هادفة ومؤثرة.

ثالثاً: أهداف البحث:

يمكن تحديد أهداف البحث بما يأتي:

1- معرفة الخصائص المهنية التي يمتاز بها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية ومدى مساهمتها في تطوير الأداء الإعلامي.
2- معرفة طبيعة علاقة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بمصادر المعلومات والجمهور وانعكاس هذه العلاقة على الممارسة الإعلامية.
3- معرفة حقوق وضمانات القائم بالاتصال في الصحافة العراقية ومدى اطلاع القائم بالاتصال وتمتعه بهذه الحقوق والضمانات.

4- معرفة مدى التزام القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بأخلاقيات المهنة.
5- تحديد الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية وإلقاء الضوء عليها.
6- الوقوف على إعداد وتأهيل وتدريب القائم بالاتصال في الصحافة العراقية وطبيعة إفادته من التطور التكنولوجي.
7- تشخيص الاتجاهات والاعتبارات المهمة في انتقاء القائم بالاتصال للمادة الصحفية.
8- معرفة درجة شعور القائم بالاتصال بالرضا الوظيفي عن عمله الإعلامي وانعكاس ذلك على الأداء الإعلامي.
9- تحديد موقف القائم بالاتصال في الصحافة العراقية من السياسة الإعلامية المتبعة في الجريدة ومعرفة طبيعة تفاعله معها من أجل انجاز النجاح في العمل واتخاذ القرارات المناسبة.

رابعاً: منهج البحث:

يقع هذا البحث ضمن الدراسات الوصفية التي ((تركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف أو جماعة أو فرد معين، وتكرارات حدوث الظواهر المختلفة)) [1].

كما ترمي البحوث الوصفية إلى ((دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها، وأشكالها وعلاقتها، والعوامل المؤثرة في ذلك)) [2].

ووجدت المؤلفة إن المنهج الوصفي المسحي هو أكثر المناهج العلمية الملائمة للبحث، فيعطي وصفاً لمشكلته، ويعمل على الوصول إلى الحقائق المراد معرفتها، إذ يسهم في الحصول على أوصاف دقيقة للظاهرة المدروسة، وذلك للإجابة عن الأسئلة التي يقدمها البحث والمشكلات التي يطرحها.

وتمثل الدراسات المسحية أكثر أنواع الدراسات الوصفية أهمية وأكثرها استخداماً في مجالات البحث الإعلامي، والدراسة المسحية هي ((محاولة منظمة لتحليل وتأويل وتسجيل الوضع الراهن للنظام الاجتماعي، أو لمجموعة أو لمنظمة))[3]، كما أن الدراسات المسحية

[1] د. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، (القاهرة: عالم الكتب، ط3، 1999)، ص123.
[2] ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي: النظرية والتطبيق، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2000)، ص42.
[3] عمر محمد التومي الشيباني، مناهج البحث الاجتماعي، (طرابلس، 1971)، ص117.

تستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكامنة عنها وعن عناصرها عن طريق مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وظرف الحصول عليها)) [1]. لذلك وجدت المؤلفة إن تحديد الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة يتطلب استخدام المنهج المسحي لتحقيق أهداف البحث.

خامساً: مجالات البحث:

تحدد عينة البحث في هذا الكتاب عن طريق مجالات البحث الآتية:

1- المجال المكاني: تمثل جريدتا الصباح والتآخي حدود المجال المكاني للبحث، وقد اختارت المؤلفة هاتين الجريدتين لأنهما تمثلان عموم الجرائد العراقية إذ أن جريدة الصباح تمثل الدولة العراقية المركزية، أما جريدة التآخي تمثل إقليم كردستان، وبذلك فإن دراسة القائمين بالاتصال في هذه الجرائد يمكن المؤلفة من الوصول إلى نتائج واستنتاجات يمكن تعميمها على القائمين بالاتصال في عموم العراق.

كما أن جريدتي الصباح والتآخي بدأتا بالصدور بعد الاحتلال الاميركي في عام 2003م ولهما السبق على بقية الجرائد، لذا فإن العاملين فيها يمثلون القائمين بالاتصال الذين عملوا في الصحافة منذ بداية التغيير ولحد كتابة البحث على أكثر تقدير.

2- المجال البشري: ويشمل الأفراد الذين يكونون عينة البحث متمثلاً بالقائم بالاتصال في الصحافة العراقية، ووفقاً للحصر الكلي الشامل للمبحوثين في الجريدتين، وكان عددهم (75) مبحوثاً موزعين بين جريدتي الصباح والتآخي كما يأتي:

أ- جريدة الصباح (55) مبحوثاً.

ب- جريدة التآخي (20) مبحوثاً.

3- المجال الزماني: ويقصد به الحدود الزمنية للبحث والتي تتمثل بمرحلة ما بعد نيسان 2003م ولغاية تنفيذ البحث.

---

[1] محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في وسائل الإعلام، (القاهرة: عالم الكتب، 1993)، ص122.

سادساً: أدوات جمع البيانات والمعلومات:

اعتمدت المؤلفة على الملاحظة والمقابلة والاستبانة كأدوات لجمع البيانات والمعلومات الضرورية للبحث:

1- الملاحظة: هي المشاهدة أو مراقبة السلوك لظاهرة معينة تستدعي معرفة أو التمييز وتسجيل المعلومات عنها، كذلك الاستعانة بأساليب الدراسة لطبيعة ذلك السلوك أو تلك الظاهرة بغية تحقيق أفضل النتائج، فقد استخدمت المؤلفة الملاحظة البسيطة لجمع المعلومات ودراسة الظاهرة بصورتها الأولية وتسجيل الملاحظات حول طبيعة عمل القائم بالاتصال في الصحافة العراقية وما يمتاز به من صفات وخصائص وما يؤثر على أدائه الإعلامي. وتجلت معطيات الملاحظات عن طريق الآراء التي وردت عن تحليل فقرات الاستبانة.

2- المقابلة: وهي محادثة مواجهة يقوم بها شخص مع شخص آخر أو مجموعة أشخاص، هدفها استثارة أنواع معينة من المعلومات لاستغلالها في بحث علمي للاستعانة بها على التوجيه والتشخيص والعلاج، واعتمدت المؤلفة المقابلة لجمع البيانات من المدراء والقائمين بالاتصال في الجرائد العراقية، وحصلت على بعض المعلومات التي لم توفرها الملاحظة من أجل التعرف أكثر على واقع وطبيعة العمل الإعلامي في تلك الجرائد، فضلاً عن مقابلة القائمين بالاتصال الذين شكلوا المجال البشري للبحث.

3- الاستبانة: اختارت المؤلفة الاستبانة أداة لجمع البيانات اللازمة لمعرفة الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية لتنفيذ عملية المسح الشامل لعينة البحث، والاستبانة هي مجموعة من الأسئلة يقوم المبحوث بالإجابة عنها ويمكن التعرف عن طريقها على الواقع الاجتماعي أو ظاهرة معينة عن طريق معرفة أراء العينة أو مواقفهم واتجاهاتهم.

وأعدت المؤلفة الاستبانة الخاصة بالقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بدءاً من مرحلة الإطلاع على الدراسات السابقة في مجال البحث والمصادر العلمية لمعرفة جوانب الموضوع ثم تحديد شكل الأسئلة وجعلها ضمن محاور تبعاً لمشكلة البحث وأهدافه، وضمت الاستبانة تسعة محاور تحقق أهداف البحث التي حددتها المؤلفة، وهذه المحاور هي:

أ- المعلومات الشخصية.

ب- الخصائص المهنية التي يمتاز بها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية.

ج- الاتجاهات والاعتبارات المهمة للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية للمادة الصحفية.

د- اعداد وتدريب القائم بالاتصال في الصحافة العراقية ومدى إفادته من التطورات التكنولوجية.

ه- طبيعة علاقة القائم بالاتصال من الصحافة العراقية بمصدر المعلومات والجمهور وانعكاسها على الممارسة الإعلامية.
و- حقوق وضمانات القائم بالاتصال في الصحافة العراقية ومدى تمتعه بها.
ز- الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية ومدى انعكاسه على أدائه الإعلامي.
ح- الضغوط السياسية الإعلامية التي يتعرض لها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية وموقفه منها.

4- الأساليب الإحصائية: استخدمت المؤلفة النسب المئوية في الدراسة الميدانية من أجل الوصول إلى معلومات دقيقة تعبّر عن طبيعة الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية وواقع ممارسته للمهنة وما يؤثر فيه وما اتجاهاته.

سابعاً: اختبار الصدق والثبات:

تستهدف هذه الخطوة التاكد من صلاحية الأداة للتطبيق ومصداقية نتائجها وصحة الأهداف المرسومة لها، وقد تحققت المؤلفة من صدق الأداة وثبات نتائجها كما يأتي:

1- الصدق:

استخدمت المؤلفة الصدق الظاهري الذي يقوم على أساس عرض الاستبانة على عدد من الخبراء في الاختصاص(*) بالاتفاق مع الأستاذ المشرف، وذلك للكشف عن الأخطاء في تصميم الاستمارة ومدى الاتساق الداخلي لفقراتها وترصين نوع وكم وتسلسل وصياغة الأسئلة التي تضمنتها. وبعد مراجعة الخبراء للاستبانة أجرت المؤلفة التعديلات البسيطة على وفق ملاحظات الخبراء التي كانت أغلبها متطابقة إلى أن أصبحت الاستمارة جاهزة بشكلها النهائي(*).

2- الثبات:

لأجل إيجاد الثبات لنتائج البحث عن طريق تفريغ الاستبانة وقراءة مفرداتها لمرتين وقد تم في مدة لاحقة بأسلوب (Rtest) باختبار عينة قوامها (15) مبحوثاً بطريقة عشوائية من المجتمع البحثي

(*) الخبراء في الاختصاص هم:
1- أ.د. محمود شمال / علم النفس.
2- أ. د. عادل خليل / الصحافة.
3- أ.د. أحمد عبد المجيد / الصحافة.
4- أ.م.د. حمدان السالم / الصحافة.
5- أ.م.د. سعد مطشر / الصحافة.
(*) أنظر ملحق رقم (1) (استمارة الاستبيان).

شكلوا نسبة (20%) من مجموع المبحوثين، وكانت المدة الزمنية بين الأختبار الأول والثاني أسبوعين، وباستخدام معامل ارتباط بيرسون(**) تبين أن هناك تطابقاً كاملاً في نتائج التحليل وذلك بسبب دقة التحليل التاني في قراءة معطيات الاستبانة.

ثامناً: تعريف المصطلحات:

1- الخصائص المهنية: هي السمات التي يمتلكها القائم بالاتصال وتحدد سلوكه الصحفي، وتأثر في اتجاهاته ومؤهلاته وعلاقاته الصحفية والضغوط التي يتعرض لها أثناء ممارسة المهنة.

2- القائم بالاتصال: الصحفي الذي يمارس مهنة الصحافة في الجرائد العراقية سواء كان رئيس تحرير أو مدير تحرير، أو محرر، أو مندوب، أو مراسل، أو سكرتير تحرير، أو مترجم، منتمياً لنقابة الصحفيين العراقيين أو غير منتمي إليها.

3- الصحافة العراقية: ممثلة بالجرائد العراقية التي كونت مجتمع البحث وهي جريدة الصباح وجريدة التآخي.

عرفت المؤلفة مفردات الاستبانة جميعها في الفصول النظرية، وتلافياً للتكرار لم تعمد المؤلفة إلى تدوين التعريفات في هذا المجال.

(**) معامل ارتباط بيرسون هي:

$$\text{ر} = \frac{\text{ن مج س ص} - (\text{مج س})(\text{مج ص})}{[\text{ن م ج س}^2 - (\text{مج س})^2]\ [\text{ن مج ص}^2 - (\text{مج ص})^2]}$$

إذ إن: ر= معامل ارتباط بيرسون. ن= العدد أو التكرار. مج = المجموع. س= القراءة الأولى. ص = القراءة الثانية.

الفصل الثاني

علاقات القائم بالاتصال وحقوقه وأخلاقياته

المبحث الأول: مفهوم القائم بالاتصال وعلاقاته.

المبحث الثاني: حقوق وضمانات القائم بالاتصال.

المبحث الثالث: الأخلاقيات المهنية للقائم بالاتصال.

الفصل الثاني
علاقات القائم بالاتصال وحقوقه وأخلاقياته

المبحث الأول
مفهوم القائم بالاتصال وعلاقاته

أولاً: مفهوم القائم بالاتصال:

وردت العديد من التعريفات لمفهوم القائم بالاتصال في أدبيات الإعلام، منها من عد القائم بالاتصال هو المصدر الاتصالي أو المرسل، ومنها "هو الطرف الاتصالي الذي يبادر بالاتصال اذ يقوم بتوجيه رسالته إلى شخص أو أشخاص عديدين، وقد يكون شخصا عاديا أو مؤسسة أو شركة أو وزارة وغيرها..."[1].

وتعريفات أُخرى عدت القائم بالاتصال هو "شخص يستهدف التأثير في الناس بأفكار لديه خلفية واسعة عنها يؤمن بها ويصدر عنها ويستخدم لذلك كافة امكانيات وسائل الإعلام المتاحة ومختلف الأساليب الاقليمية من اجل تكوين راي عام وفق منهج علمي وفني مدروس ومخطط ومستمر"[2].

والقائم بالاتصال هو "المرسل" واول اطراف العملية الاتصالية وقد يكون فردا كما في الاتصال الذاتي والاتصال الشخصي أو قد يكون أكثر من فرد كما في الاتصال الجماهيري[3].

وكثيرا ما يستخدم المصدر بمعنى القائم بالاتصال غير أن ما يجدر التنويه له إن المصدر ليس بالضرورة هو القائم بالاتصال، فالمندوب قد يحصل على خبر معين من موقع الاحداث، ثم يتولى المحرر صياغته وتحريره، في هذه الحالة وجدنا بعض دراسات الاتصال تذهب إلى ان كل من المندوب والمحرر قائم بالاتصال، وان اختلف الدور، في حين يذهب نوع اخر من الدراسات إلى ان القائم بالاتصال هو المحرر فقط، أي انه في حين يوسع البعض مفهوم القائم بالاتصال ليشمل كل من يشارك في الرسالة بصورة أو بأُخرى، فان البعض الاخر تضيق المفهوم قاصرا اياه على من يقوم بالدور الواضح للمتلقي[4].

---

[1] صالح خليل ابو اصبع، الاتصال الجماهيري، (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 1999)، ص11.

[2] د. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الخامس، (دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003)، ص1867.

[3] محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير (الهرم: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 1998)، ص95.

[4] د. محمد فلحي، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، محاظرات منشورة على شبكة الانترنت موقع الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، تاريخ القراء، 2008/5/8.

والمفاهيم الإعلامية المهنية بينت ان المصدر الاتصالي قد يكون مؤسسة أو هيئة أو وزارة تصدر منها الرسالة الإعلامية وقد يكون القائم بالاتصال جزءً منها.

في حين أن القائم بالاتصال أو المرسل أو المصدر الذي ينشيء الرسالة هو الإعلامي أو الصحفي الذي يعمل في مؤسسة إعلامية ويقوم بإعداد الرسائل وصياغتها لارسالها عبر وسيلة إعلامية إلى الجمهور المتلقي[1].

ويعد القائم بالاتصال من اهم العناصر التي يتوقف عليها نجاح الرسالة الإعلامية، فاذا كانت مادة الرسالة قوية والوسيلة الإعلامية ناجحة، ثم تفتقر العملية الإعلامية إلى (رجل الإعلام)* القادر على نقل الرسالة، واحداث الأثر المطلوب في الجمهور، فان هذا سوف يقضي على احتمالات نجاح العمل الإعلامي حتى وان كان الموضوع يعالج جوانب مهمة أو خطيرة[2].

وينقسم القائمون بالاتصال وفقا لمدى الاتصال وطبيعته على نوعين[3]:

1. القائمون بالاتصال الجماهيري، أي المحترفون الذين يعملون في مجال الإعلام أو الدعاية أو الإعلان في الوسائل الإعلامية الجماهيرية المختلفة.
2. القائمون بالاتصال الشخصي، أي الأشخاص الذين يسهمون في توصيل الرسالة الإعلامية والتأثير في الجمهور عن طريق الاتصال الشخصي بدلا من الاعتماد على الوسائل الإعلامية الجماهيرية والذين يعدون قادة رأي في المجتمعات المختلفة.

أما القائم بالاتصال في الجريدة فهو المحرر الصحفي الذي يقوم بجمع المعلومات الصحفية ومعالجتها وصياغتها كرسالة اتصالية لها مضمون معين بشكل فن اتصالي قد يكون مقالاً أو تحقيقاً أو حديثاً أو خبراً صحفياً أو تقريراً ثم يرسل هذه الرسالة عن طريق وسيلة الاتصال الجماهيرية وهي الجريدة[4]. ويضاف إلى المحرر المراسل والمندوب ورئيس التحرير ومدير التحرير، وهؤلاء كلهم يعدون قائمين بالاتصال في الصحافة.

والقائم بالاتصال كعنصر مهم في العملية الاتصالية عليه ان يركز اهتمامه في نقطتين هما[5]:

1. إن يعرف ماذا يريد بعملية الاتصال.

---

(1) أ.د. عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري (الاردن: الكناني للنشر والتوزيع، ط5، 2003)، ص87.

* مصطلح يطلق على الصحفي أو الإعلامي بصورة عامة.

(2) د. محي الدين عبد الحليم، الاتصال بالجماهير والرأي العام (القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1993)، ص86.

(3) د. سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال الجماهري والرأي العام، (القاهرة: عالم الكتب، ط2، 1993)، ص153.

(4) أ.د. فاروق ابو زيد، د. ليل عبد المجيد، فن التحرير الصحفي، (القاهرة: 2000، ص30).

(5) محيي الدين عبد الحليم، مصدر سابق، ص85.

2. ان يعرف كيف يوجه رسالته بما يمنحها قوة تأثير ممكنة في عقلية الجمهور، وإن الرسالة التي تتضمن مضمونا ضعيفا والتي تخاطب ملايين الناس بأسلوب ضعيف سوف يكون اثرها اقل بكثير من الرسالة المعدة إعدادا جيدا والتي تخاطب عددا قليلا من الناس.

والإعلامي الذي يصلح للعمل في احد اجهزة الإعلام قد لا يصلح للعمل في جهاز اخر، لان لكل جهاز إعلامي صفات يختص بها ويتطلب على اثرها إعلاميين قد لا تتوافر فيهم الصفات المطلوبة للعمل في جهاز اخر[1].

وتحدد شخصية القائم بالاتصال وخصائصه الفردية الطريقة التي سيعالج بها الرسالة الإعلامية، ويعبر عن ذلك احيانا بعبارات مثل (الأسلوب هو الرجل)، ولكل شخص أساليبه الخاصة في طريقة وضع الأفكار في رموز، وتتأثر طريقة المعالجة أيضاً بما لدى القائم بالاتصال من مهارات اتصالية فقدرته على الكتابة والقراءة والاستماع وعلى التفكير ووزن الامور تؤثر على قدرته على تحديد أهدافه ونواياه وعلى قدرته في التعبير عمّا في ذهنه[2].

فضلا عن ان هناك عوامل خاصة بالقائم بالاتصال تؤثر في طريقة معالجة الرسالة الإعلامية هي[3]:

1. اتجاهات القائم بالاتصال وقيمه.
2. ثقافة القائم بالاتصال.
3. معرفة القائم بالاتصال.
4. مركز القائم بالاتصال في النظام الاجتماعي.

ويجب على القائم بالاتصال ان يكون مقتنعا ومؤمنا بالرسالة التي ينوي ايصالها للجمهور، وان يكون هدف الرسالة واضحا وان يكون على دراية بخصائص الجمهور وله معرفة بطرق الاتصال المختلفة وله قدرة على التنبؤ بالانعكاسات الانفعالية للرسالة الموجهة بحيث لا تكون فجة تتقاطع وتتناقض مع منظومة القيم السائدة في المجتمع ومرجعيته الفكرية[4].

---

(1) المصدر نفسه، ص86.

(2) د. محمد منير حجاب، مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط6، 2008)، ص248.

(3) المصدر نفسه، ص249.

(4) سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، (الاردن: عالم الكتب الحديثة للنشر والتوزيع، 2008)، ص29.

والإعلامي اهم ما يتمتع به من مزايا هي توافر الجدارة الثقافية واللغوية والادبية التي تشكل التعبير الأول للامكانية الصحفية.

فيجب أن يكون مستنيرا يلم بأنواع عديدة من المعارف والمعلومات السياسية والتاريخية والاقتصادية والفكرية والاجتماعية، بالمستوى الذي يجعله قادرا على تشخيص الظواهر والاحتمالات واكتشاف الاتجاهات وفهم جميع تفاصيل الموضوع الذي تناوله.

ويتميز عمل القائم بالاتصال بأمور عدة، أهمها[1]:

1. قدرته على الوصول إلى المعلومات اللازمة من مصادرها المختلفة.
2. اختيار جزء من هذه المعلومات، واعداده بالشكل الذي يناسب أهدافه ويلبي احتياجات الجمهور في آن واحد.

والقائم بالاتصال هو صاحب الفكرة الذي يقوم بوضع أفكاره في رموز معينة "كود" ويجب ان تكون الفكرة واضحة في ذهنه أولاً، وان يحسن التعبير عنها، ويختار أفضل الرموز لتوصيلها، وان يراعي طبيعة الوسيلة التي يستعملها، كما انه من المهم مراعاة ظروف وخيارات المستقبل، فالقائم بالاتصال الناجح هو القادر على التعاطف بمعنى ان يضع نفسه مكان الاخرين وهذا ما يسمى (التقمص الوجداني)* حتى يتفهم مشاعر الاخرين واتجاهاتهم، وبناء عليه يستطيع ان يضع فكرته بطريقه مناسبة يستطيع المستقبل استيعابها والتفاعل مع مضمونها[2].

ويؤدي القائم بالاتصال عدداً من الادوار في الجريدة تبعا للدور الإعلامي المناط له في سلسلة العملية الاتصالية. ومن هذه الادوار:

1. رئيس التحرير: وهو المسؤول المباشر عن شؤون التحرير والاشراف على اقسام التحرير، والتنسيق بين التحرير في الجريدة والاقسام الإدارية الأُخرى، ويتولى مسؤولية تنفيذ سياسة الجريدة[3]، ويتحمل المسؤولية القانونية عن كل ما ينشر في الصحفية وهو من يضع الاطر العامة للعمل الصحفي، وهناك نوعان من رؤساء التحرير، الأول: يرى في

---

[1] أ.د. عصام سليمان الموسى، المصدر السابق، ص88.

* يعني القدرة على ان يضع المرء نفسه في ادوار الاخرين وتصور ما يحصل، وهي قدرة حركية نفسية، انظر د. هادي نعمان الهيتي، الاتصال الجماهيري المنظور الجديد، (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، 1998)، ص71.

[2] د. محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003)، ص95- 96.

[3] د. الحسيني الديب، الإدارة ونجاح المؤسسة الصحفية، رسالة دكتوراه، عرض عاطف صقر، (القاهرة: مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 14، 1987)، ص86.

فرض شخصيته على العاملين معه هي الطريقة التي تضمن سلامة العمل، والآخر: هو الذي يؤدي دور خلاف للأفكار والذي يدفع بالكفاءات إلى الصفوف الاولى ويوفر لها المجال الحر للابداع والانطلاق[1].

2. مدير التحرير: يشرف مدير التحرير بشكل عام على الاخبار والابواب الخاصة بالجريدة وعمله لا يختص بالاخبار فقط، وانما هو مسؤول عن كل صفحات الجريدة بجوانبها التحريرية والفنية[2]. فهو يقوم بمسؤولية مباشرة الامور التنفيذية فيما يتعلق بتسيير امور الجريدة وتكون له صلاحية معلومة يمنحها له رئيس التحرير بحيث لا يتجاوزها[3]، ولا بد ان يتمتع بمهارات إدارية في التعامل مع المندوبين والمراسلين والمحررين ويقوم بتزويدهم بالأفكار والموضوعات التي يمكن ان يعالجوها من موادهم الصحفية، كذلك في نشر أو حجب المادة الصحفية المقدمة له، ويجب ان يكون له اتصال دائم مع رئيس التحرير ليطلعه بسير العمل الصحفي داخل الجريدة.

3. سكرتير التحرير: هو الذي يحول المواد المتراكمة من نصوص وصور إلى مواد حية، ويختار موضوعات التحقيقات والمقابلات والتقارير، كما يستطيع سكرتير التحرير تحديد المصادر الاخبارية، ويمارس الرقابة على المواد التحريرية فيحق له ان يختصر أو يحذف أو يختار خبرا أو موضوعاً يهمه ويقدمه إلى الاخر[4]. ويتحدد عمل سكرتير التحرير بما ياتي[5]:

أ. تنظيم العمل.

ب. اختيار الانباء.

ج. اعداد الماكيت (مخطط الصفحة).

د. اعداد النصوص.

هـ. اختيارالعناوين الرئيسة والفرعية والصور.

و. اعادة التحرير.

---

(1) د. محمد جمال الغار، المعجم الإعلامي، (عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، 2006)، ص183.

(2) لقاء مكي العزاوي، حارس البوابة في الصحافة العراقية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، مقدمة إلى (جامعة بغداد، كلية الاداب، 1995)، ص94.

(3) رادفورد ايفانس، صحافة بلا دموع، ترجمة باحثة جوهرد، (الموسوعة الصغيرة، 1989)، ص22.

(4) وفيق الطيبي، دور سكرتير التحرير، منشورات الاتحاد العام للصحفين العرب، السلسلة المهنية (1)، (القاهرة، 1981)، ص14- 21.

(5) فيليب غايار، تقنية الصحافة، ترجمة: فادي الحسيني، (بيروت: منشورات العويدات، ط2، 1983)، ص109- 122.

4. المحرر: هو الشخص الذي يتولى قرارات النشر وتطبيق القرارات الحاسمة وتحديد صلاحية المادة الصحفية للنشر من عدمها، أي هو الذي يختار المواد التي تكون صالحة للنشر أولاً[1]. ويقوم المحرر بعملية صياغة المعلومات التي تم جمعها بشكل فني وبلغة جرائدية.
5. المندوب الصحفي: هو جرائدي من هيئة تحرير الجريدة التي يعمل لحسابها داخل المدينة أو الدولة التي تصدر منها ويتولى وفقا لتوجيهات إدارة التحرير جمع الاخبار عن جهة محدد بصفة دائمة أو مؤقتة ونقلها إلى الوسيلة، كما يقوم بتغطية الاحداث والقضايا التي يكلف بها ونقل تفاصيلها إلى الجريدة، وهو الصحفي الذي يعرف كيف ينقب عن المعلومات ايا كان مصدرها ودون النظر اذا ما كانت سرية ام لا[2]. ويطلق احيانا على المندوب اسم المخبر الصحفي ويجب ان يمتاز بالقدرة على الملاحظة والفهم الجيد للقيم الخبرية واهتمامات الجمهور لانه من يحدد طبيعة الاخبار ونوعها التي تدخل إلى حجرة التحرير، ويعد المندوب اهم مصادر الجريدة فهو المصدر الخاص بها للحصول على "السبق الصحفي" لان المصادر العامة ممكن ان تعطي معلوماتها إلى مؤسسات جرائدية أُخرى، اما المندوب فيخص جريدته بما يحصل عليه من اخبار[3].
6. المراسل الصحفي: يعمل المراسل الصحفي عادة خارج الدولة التي تصدر فيها لموافاتها بالاخبار والتقارير عن الاحداث والقضايا في المكان الذي يتواجد فيه، وتقاس قوة الجريدة المعاصرة- من ضمن ما تقاس به- بعدد مراسليها في العالم، فكلما كان العدد اكبر زادت الثقة فيما تنشره من اخبار[4]، وتتطلب وظيفة المراسل ان يعطي شرحا مفصلا لطبيعة الاحداث والاوضاع وخلفيتها والتوقعات بشان المستقبل في ضوء قراءته للواقع لذا فان المراسل بمثابة اختصاص في شؤون البلد الذي يرسل اليه[5]. ويقسم المراسلون على أنواع عدة تأخذ في حسبانها عدداً من المستويات مثل: طبيعة اقامتهم في

---

(1) أ.د. موند كوبلنتز، فن الصحافة، ترجمة: انيس صايغ، (بيروت، دار الثقافة، 1985)، ص29.

(2) Hough, George A., News Writing , 4th edition, (Boston: Houghton Mifflin Company, 1991), P. 26.

(3) محمد صاحب سلطان، دراسة لقسم الاخبار المحلية مجلة دراسات إعلامية، (العراق: مركز التدريب الإعلامي لوزارة الثقافة والإعلام، 1993)، ص136.

(4) د. حسين نصر، د. سناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات، الخبر الصحفي، (الامارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعين، 2003)، ص98.

(5) هربرت سترنز، المراسل الصحفي ومصادر الاخبار، ترجمة: سمير ابو سيف، (القاهرة: الدار الدولية للتوزيع والنشر، ط2، 1989)، ص201.

المكان المتواجدين فيه وتقسيماتهم هنا هي: المراسل المقيم أو الدائم ويعرفه د. فاروق ابو زيد بانه يمثل الجريدة في احدى العواصم أو المدن الكبرى لمدة طويلة[1].

والمراسل المتجول الذي تبعثه الجريدة إلى منطقة من مناطق العالم تضم عدداً من الدول المتقاربة جغرافيا وينتقل بينها وفق جدول زمني أو وفق ما تقتضيه الظروف، والمراسل المؤقت الذي يرسل إلى مكان معين لتغطية حدث مهم لمرة واحدة, اما القسم الاخر فحسب الجنسية فهناك المراسل المواطن الذي يراسل الجريدة من داخل بلاده والمراسل الاجنبي الذي ترسله الجريدة من بين العاملين بها إلى الخارج[2].

على الرغم من تنوع طبيعة عمل القائمين بالاتصال واختلاف مواقفهم ومكانتهم، الا انه ينبغي تأكيد أهمية مفهوم الدور الفردي للممارس الإعلامي، اذ تمتاز مساهمات الكثير من الممارسين الإعلاميين بطابع الاستقلال والمبادرة الشخصية[3].

لذلك فالقائم بالاتصال قد يؤدي دورين في وقت واحد أو أكثر من ذلك حسب طبيعة العمل والظروف التي يعمل بها، ويعرف القائم بالاتصال بانه (مفهوم يضم العناصر البشرية التي تمثل دعامة العمل الصحفي ويكون لهم دورهم المباشر في الإنتاج الذهني والجهد اللازم للرسالة الاتصالية)[4].

---

[1] د. فاروق ابو زيد، فن الخبر الصحفي، (جدة: دار الشروق، ط2، 1984)، ص216.

[2] د. حسين نصر، د. سناء عبد الرحمن، مصدر سابق، ص99- ص101.

[3] دنيس ماكويل، الإعلام وتأثيراته، دراسات في بناء النظرية الإعلامية، ترجمة: د. عثمان العربي، (1992)، ص69.

[4] د. اسما حسين حافظ، القائم بالاتصال في الصحافة الاقليمية (المجلة، المصرية لبحوث الإعلام تصدر عن كلية الإعلام- جامعة القاهرة، العدد العاشر، كانون الثاني، اذار، 2001)، ص114.

ثانيا: مفهوم حارس البوابة:

إن عملية صنع المعلومات وارسالها إلى الجمهور المتلقي ليست عملا سهلا فالقائم بالاتصال يتعامل مع المعلومات التي يعدها هو أو تتجمع لديه من مصادر مختلفة، ومن هذه المصادر وكالات الانباء والمخبرين الصحفيين والمراسلين والمندوبين والمسؤولين، ثم يتولى تنسيقها وترتيبها، واقتطاع بعضها واعدادها بشكل مناسب وهنا تظهر قدرة القائم بالاتصال ومهارته وخبرته واتقانه لعمله.

وأثناء عملية الاعداد هذه فإن المادة الصحفية تمر بسلسلة طويلة ومعقدة، ويؤدي القائم بالاتصال الذي يقف عند كل حلقة من هذه السلسلة دورا مهما في تحديد الشكل النهائي الذي تخرج به هذه المعلومات عبر البوابة الكبيرة (وسيلة الإعلام)، إلى الجمهور[1]. ويطلق على هذه العملية حراسة البوابة الإعلامية* Gate Keeping والقائم بالاتصال هنا هو حارس البوابة Gate Keeper، وقد استعمل هذا المصطلح لاول مرة من قبل عالم النفس النمساوي (كيرت ليوين) Kurt Lewin.

للدلالة على الأشخاص أو الجماعات من الأشخاص الذين يتحكمون في سير المواد الاخبارية في قناة الاتصال[2].

وتجدر الاشارة إلى أن حارس البوابة عند رفضه تمرير بعض المعلومات أو اقتطاع جزء منها ليس عملا مزاجيا، وانما في اقصى حدود المسؤولية والوعي الكامل لادراكه بان هذا العمل سيكون له الأثر في حياة الناس واذواقهم[3].

وهذا ما يعطي لحارس البوابة سلطة اجتماعية خطيرة ودورا في تشكيل وعي الأفراد والجماعات، فالمادة الصحفية عندما تمر بسلسلة من حراس البوابة يعني انها تمر بمرشحات

---

(1) أ.د. عصام سليمان الموسى، مصدر سابق، ص89- 90.

* تعني السيطرة على مكان استراتيجي من سلسلة الاتصال، بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما يستمر عن طريق بوابته حتى تصل إلى الوسيلة الإعلامية ومنها للجمهور، انظر: د. جيهان رشتي، الاسس العلمية لنظريات الإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1975)، ص280.

(2) جون ر. بيتنر، الاتصال الجماهيري مدخل، ترجمة: عمر الخطيب (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1987)، ص35.

(3) أ.د. عصام سليمان الموسى، مصدر سابق، ص92.

عدة قبل اقرارها بشكلها النهائي ومن هؤلاء الحراس مدير التحرير الذي يساعد رئيس التحرير في انتقاء الموضوعات والاخبار ويقرر صلاحيتها للنشر من عدمه[1].

وقد حدد جون ر. بيتنر ثلاثة وظائف لحارس البوابة[2]:

1. تحديد المعلومات التي نتلقاها عن طريق تحرير هذه المعلومات قبل بثها الينا.
2. زيادة كمية المعلومات التي نتلقاها عن طريق توسيع بيئتنا الإعلامية.
3. إعادة ترتيب أو اعادة تفسير المعلومات.

أما دراسة (وايت White) عن حارس البوابة فقد أكد إن الصحفي عندما يكون حارسا للبوابة فانه يكون خاضعا لاحكام شخصية قائمة على خبراته الخاصة واتجاهاته وتوقعاته، ويبين انه يعمل على التأكد من ان مجتمعه المحلي سوف يتعرض فقط إلى ما يختاره من مواد إعلامية يعتقد انها صحيحة بصفته ممثلا لثقافة مجتمعه[3].

ويطلق د. صالح خليل أبو اصبع على حارس البوابة مصطلح (المغربل)، على أساس أنه أكثر دقة في التعبير من الترجمة الحرفية لمصطلح (حارس البوابة Gate Keeper) ويعرف (المغربل) بانه الصحفي الذي يقرر لنا ما نقرأ في الجريدة فهو يغربل ما يصله من مواد مهما كان نوعها، يفرز ما يعده صالحا للنشر من غيره[4].

وهناك اعتبارات عديدة لوجود حارس البوابة (المغربل) منها[5]:

1. ان لكل مجتمع عادات وتقاليد يجب المحافظة عليها.
2. علميا ليس بالامكان نشر كل ما تتلقاه الجرائد وهذا يعني انها ستصدر باضعاف حجمها مما يحملها تكاليف مادية وعدم قدرة الجمهور على شرائها.
3. ان المستويات الفنية واللغوية والابداعية للأعمال قد لا تكون بمستوى النشر حتى لو التزمت بقيم المجتمع وعاداته.

---

(1) د. صالح خليل ابو اصبع، إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي، (دمشق: صيدا للطباعة والنشر، 1984)، ص95.

(2) جون ر. بيتنر، مصدر سابق، ص35.

(3) د. سعيد محمد السيد، مجلة الدراسات الإعلامية، للسكان والتنمية والتعمير، (القاهرة: المركز العربي للدراسات الإعلامية، العدد 52، 1988)، ص10.

(4) د. صالح خليل ابو أصبع الاتصال الجماهيري (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 1999)، ص23.

(5) برهان شاوي، مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، (الاردن: دار الكندي، 2003)، ص86.

4. ليس كل ما يصل الوسيلة الإعلامية له أهميته عند للجمهور.
5. لكل مجتمع قوانينه التي تنظم العملية الإعلامية عن طريق قوانين النشر التي لا بد للجرائد من مراعاتها والا قد تعطل الجريدة أو يحاسب المسؤول عنها.
6. لكل مجتمع ذوقه الخاص في تقبل الرسائل الإعلامية.
7. يفرض الشخص في نوعية الجمهور الذي توجه له الرسالة على حارس البوابة ان يكون انتقائيا في رسائله بحيث تلائم الجمهور.

ويتحدد دور المغربل بالنقاط الآتية[1]:

1. يمكن ان يمنع المغربل الرسالة الاتصالية عن الوصول إلى الجمهور، وذلك برفض نشرها.
2. القدرة على تغيير الرسالة الاتصالية بحذف بعضها.
3. يمكن للمغربل ان يؤثر في وسيلة إعلامية أُخرى، كان يمتنع عن مراجعة كتاب جديد مثلا أي يمنع وصول المعلومات حول تلك الوسيلة إلى الجمهور.
4. يمكن ان يضيف إلى رسائله معلومات من مصادر أُخرى فضلا عمّا يقدمه له المحرر أو وكالة الانباء أو المصدر أياً كان.

ولاشك ان عدد الحلقات أو البوابات التي تمر عليها المادة الصحفية لتقرير صلاحيتها للنشر، تختلف من مادة إلى أُخرى حسب موضوعها، وحسب اهميتها وخطورتها[2].

ويذكر د. فاروق ابو زيد العمليات التحريرية الضرورية التي يقوم بها حارس البوابة في الصحافة لاكمال اصدار المادة، وهي[3]:

1. التأكد من دقة بيانات النص الصحفي.
2. اختصار الكلمات أو الجمل أو الفقرات غير الضرورية.
3. حذف الجمل والالفاظ التي تتسم بالصعوبة أو تشكل جريمة تعاقب عليها قوانين النشر أو تتعارض مع الذوق العام.
4. اعادة صياغة العناوين الخاصة بالنص الصحفي الرئيسة منها والثانوية وكذلك الفرعية واضافتها ان لم تكن موجودة.

---

[1] د. صالح خليل ابو اصبع، الاتصال الجماهيري، مصدر سابق، ص25.
[2] د. حسين نصر، د. سناء عبد الرحمن، مصدر سابق، ص76.
[3] أ.د. فاروق ابو زيد، د. ليلى عبد المجيد، فن التحرير الصحفي، مصدر سابق، ص5.

لذلك فان وظيفة حارس البوابة تعد وظيفة رئيسة ضمن سياق العملية الصحفية فهو الذي يحدد ويقرر الشكل النهائي الذي تخرج به الرسالة الإعلامية في الجريدة ويطلع عليها القراء.

وعند دراسة حارس البوابة يظهر مفهومان:

الأول: سلسلة حارس البوابة:

تعني سلسلة حارس البوابة أن هناك أكثر من حارس بوابة واحد يقومون بمعالجة المادة الصحفية بكمية محدودة من (التغذية المرتدة)* من حراس بوابة آخرين في السلسلة[1].

ويمكن ان يحدث تشويه أو تغيير للمادة الصحفية أثناء مرورها بسلسلة حارس البوابة، إذ تسمح هذه السلسلة باتصال شخصي ضئيل بين حراس البوابة مما يعطي فرصة اكبر لتشويه المادة الصحفية.

الثاني: مجموعة حراس البوابة:

تعمل مجموعة حراس البوابة عند أية نقطة ضمن سلسلة حراس البوابة، وميزة هذه المجموعات انها تسمح بالتفاعل بين حراس البوابة، فالاتصال الشخصي بين اعضاء المجموعة يؤدي إلى دقة اكبر، ويرجع ذلك إلى امكانية مناقشة ومراجعة المعلومات قبل نشرها على الجمهور، اذ يقوم كل عضو من أعضاء المجموعة بتوضيح وتغيير واعادة كتابة الرسالة، ومن ثمّ تقلل من احتمال التشويه الذي قد يحدث على المادة الصحفية[2].

وهناك عدد من الاعتبارات التي يضعها حارس البوابة بالحسبان عند انتقائه المادة الصحفية الصالحة للنشر، وهي عوامل تؤثر في اختياراته واهمها:

1. السياسة الإعلامية: تتوافق اختيارات حارس البوابة عادة مع السياسة الإعلامية النابعة من النظام السياسي والايديولوجي والقانوني السائد، اذ ان أي نظام جرائدي هو

* تعني السلوك الصادر عن المتلقي برسالة عكسية راجعة الى القائم بالاتصال على رسالته، ويمكن ان يكون سلوكاً مستمراً، أو موجها نحو مصادر عدة وربما يكون غير ملحوظ من قبل الذين حفزوا عليه، انظر:

-Lacia Nm. Pye communication and political development (Princeton, N.J: Princeton university press, 1963) PP. 36- 42.

(1) جون ر. بيتنر، مصدر سابق، ص343.

(2) جون ر. بيتنر، مصدر سابق، ص345.

جزء من نظام ايديولوجي اشمل، يرسم للوسيلة الإعلامية اتجاهاتها وأهدافها، ويكون الإطار الذي يتحرك حراس البوابة في داخله[1].

2. تأثير الايديولوجية والقيم السائدة في النظام الاجتماعي التي تلزم حارس البوابة الانسجام معها.
3. شخصية حارس البوابة: ان شخصية حارس البوابة بمكوناتها المختلفة الثقافية والاجتماعية والسياسية جميعها عوامل مهمة في تحديد اختيار مضمون المادة الصحفية.
4. السيطرة الاقتصادية: والتي تتمثل بالميزانية المتوافرة للجريدة، والتي لا تسمح احيانا باضافة صفحات أُخرى تتسع للمواد الصحفية المهمة والكثيرة والتي لا يتم نشرها لاعتبارات اقتصادية أو عن طريق ضغوط مالك الجريدة[2].

كما ان مفهوم حراسة البوابة لم يعد قاصرا على عملية غربلة المواد الصحفية، بقدر ما يزداد التركيز على عمليات الانتقاء من جهة وعمليات المعالجة من جهة أخرى، فلم يعد التركيز على عمليات الاستبعاد والحذف بقدر التركيز على عمليات انتقاء المادة وتوظيفها، كذلك لم يعد التركيز منصباً على كيفية اخفاء أو دفن المواد الصحفية التي تمس الجانب الاجتماعي، بقدر التركيز على كيفية إبراز المواد التي تدافع عن النظام الاجتماعي وغيره من الانظمة، والتي تعمل في ساحة إعلامية مفتوحة[3].

ومن ناحية الجمهور فان تعدد المصادر الإعلامية المتاحة امامه، جعله غير خاضع لحارس بوابة فرد أو جماعة أو ضغوط وسيلة إعلامية معينة لتحديد ما يعرفه من معلومات وآراء واحداث، واصبح بمقدوره التحقق والتأكيد من المعلومات التي يقدمها حارس البوابة عن طريق تعدد المصادر أو امكانية الوصول للمصادر عينها وفي الوقت نفسه فان تعدد المصادر لا يؤدي إلى جودة المعلومات[4].

---

[1] مجموعة من الكتاب الالمان والبلغار، دراسات نظرية في علم الصحافة، ترجمة: د. اديب خضور، مجلة الإعلام العربي العدد 11، (المنظمة العربية للثقافة والعلوم، 1987) ص159.

[2] د. صالح خليل ابو اصبع، الاتصال الجماهيري، مصدر سابق، ص26.

[3] د. السيد بخيت، الانترنت وسيلة اتصال جديدة: الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية، (العين: دار الكتاب الجامعي، 2004)، ص155.

[4] المصدر نفسه، ص144.

ثالثا: علاقة القائم بالاتصال بالجمهور:

يعد الجمهور عنصرا مهماً من عناصر العملية الإعلامية، فهو ليس مجرد عدد من الأفراد، ولكنه يعني جماعة ما تجمع بين أفرادها خبرات وظروف حياة معينة، وان كانت هناك اختلافات كثيرة بين أفراد الجمهور سواء من حيث الفروق الشخصية (السن، والجنس، والمستوى التعليمي، والمهنة، وغيرها...)، أو الفروق الاجتماعية (الانتماءات الطبقية والسياسية والإيديولوجية والمعتقدات الدينية...)[1].

ولكي يستطيع القائم بالاتصال اقامة علاقة اتصالية ناجحة ومؤثرة في الجمهور، لابد ان يكون هناك تناسب بين الإطار المرجعي للقائم بالاتصال والإطار المرجعي للجمهور، وهذا يتم عن طريق معرفة القائم بالاتصال بجمهوره ومدى ما يمتلكه من معلومات حول هذا الجمهور وخصائصه الثقافية والاجتماعية والشخصية ومستوياته واستعداداته وحاجاته[2].

فلم يعد الجمهور متلقٍ سلبي للمضامين الإعلامية وانما يمارس عملية تأثير معاكسة على القائمين بالاتصال عن طريق التأثير في قراراتهم الإعلامية، فنوعية الجمهور الذي يعتقد القائم بالاتصال انه يوجه له الرسالة له تأثير كبير على الطريقة التي يتم بمقتضاها اختيار المادة وتنظيمها فهناك ميل عام لجعل مضمون الرسالة الإعلامية يتفق مع متطلبات الجمهور وخصائصه[3]، ولكن هذا لا يعني ان يكون القائم بالاتصال في الجريدة مهتماً برغبات الجمهور بحيث ينزل إلى مستوى القارئ البسيط ناسيا دور الصحافة في التثقيف والارتقاء بالذوق العام[4].

وعندما يتلقى الجمهور الرسالة الإعلامية لا يلبث أن يصبح مصدرا هو أيضاً عندما يعبر عن استجابته للرسالة التي تلقاها عن طريق (التغذية المرتدة)، وهكذا يتم تبادلية الادوار بين اطراف العملية الاتصالية وكان كل من القائم بالاتصال والجمهور المسؤول الاوحد عن ديناميكية الفعل الاتصالي في أية لحظة من اللحظات، ولابد من القول هنا ان الموقف الاتصالي تحكمه ابعاد اجتماعية وسياسية ونفسية وعلى الرغم من ان المواجهة معدومة بين القائم بالاتصال والجمهور في وسيلة جماهيرية كالجريدة الا ان التغذية المرتدة لها فاعلية تكمن في أنها مؤشر دقيق لكل من المرسل والمتلقي حيال ادائهما الاتصالي لإنتاج رسالة متوافقة فيما بينهما.

---

(1) أ.د. ليلى عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، (القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000)، ص73.

(2) أ.د. عصام سليمان الموسى، مصدر سابق، ص68.

(3) د. جيهان احمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الإعلام، مصدر سابق، ص329.

(4) فيليب غايار، تقنية الصحافة، ترجمة: فادي الحسيني، (بيروت: منشورات عويدات، ط2، 1983)، ص40.

ويرى السايكولوجيون ان الصورة التي يكونها القائم بالاتصال للجمهور تعرض صور الذات الإنسانية المهمة و التأثير الفعال نفسه في مضمون الرسالة الإعلامية، إلى جانب الصورة التي يكونها القائم بالاتصال عن نفسه والصورة التي يرغب ان يعرفها عنه الجمهور، والصورة التي يعتقد ان الجمهور يعرفها عنه فاذا كانت الصورة لدى القائم بالاتصال عن الجمهور انه متفهم وذكي، اطمأن لوصول رسالته وتحقيق أهدافها، واذا كان القائم بالاتصال يعتقد ان الجمهور عظيم وذا قوة ربما يحاول تمليقه أو التفوق عليه[1].

ويعاني القائم بالاتصال الذي يعمل في وسيلة جماهيرية من صعوبة تصور أو ادراك جمهوره، ولاسيما ان المؤسسات الإعلامية عادة تستخدم عدداً كبيراً من القائمين بالاتصال لايوجد في تعليمهم أو خلفيتهم جوانب كثيرة مشتركة مع الجمهور، لذلك نجد ان قيم القائم بالاتصال تؤدي دورا مهما في الطريقة التي سيؤدون بها عملهم. كما انه من الصعب ان يختار القائم بالاتصال جمهوره بدقة لان الاتصال الجماهيري بحكم طبيعته عام ويتوافر للجميع، بالرغم من ان وسائل إعلام معينة وهي المتخصصة قد تجذب جماهير محددة بدقة[2].

وقد اجريت دراسة حول طبيعة العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور وكان من نتائجها ان القائم بالاتصال لا يسعى- غالبا- لدعم تصوراته عن الجمهور واحتياجاتهم بصورة موضوعية تغير مما تتيحه البيئة الاتصالية الحديثة من امكانات التواصل مع الجمهور بطريقة فعالة، مما جعله يعتمد في تحديد الوظائف الإعلامية على مصادر ذات مصالح تتعارض مع احتياجات الجمهور أو تفتقد الموضوعية والواقعية في تفسير احتياجاتهم، أو نتيجة لما قد تفرضه عليه سياسة الوسيلة الإعلامية التي يعمل بها من وظائف إعلامية لا تاخذ بالحسبان مصالح الجمهور، وهذا يعني وجود خلل وظيفي في الاداء الإعلامي بين اهم عنصرين في العملية الاتصالية وهما القائم بالاتصال والجمهور[3].

وفي العمل الصحفي كما يرى د. عبد الستار جواد ان هناك نظرتان للجمهور من قبل القائم بالاتصال وتؤثر في أسلوب كتابة المادة الصحفية[4]:

---

[1] د. انشراح الشال، مدخل إلى علم الاجتماع الإعلامي (القاهرة: دار الفكر العربي، 2001)، ص98.

[2] د. جيهان احمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الإعلام، مصدر سابق، ص330.

[3] د. محمد بن سليمان الصبيحي، العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور- دراسة وصفية في ضوء متغيرات البيئة الاتصالية الحديثة، اطروحة دكتوراه، غير منشورة، (السعودية: جامعة الامام محمد بن سعود الإعلامية، 2008)، ص123.

[4] د. عبد الستار جواد، صناعة الأخبار، (بغداد: دار الكتب للطباعة والنشر، 2000)، ص38.

1. النظرة الاولى: تتضمن انطباعات مفادها ان الجمهور هم مجموعة من الاذكياء والمتابعين للشؤون الخارجية واصحاب هذا الانطباع اغلبهم من مراسلين الجرائد الغربية الكبرى، ونظرتهم للجمهور الذي يتابع موضوعاتهم بانه النخبة في المجتمع، يتمثلون برجال الدولة والقادة واساتذة الجامعات ورجال الدين وكبار المحررين.
2. النظرة الأُخرى: الجمهور فيها مجموعة مواطنين عاديين تعليمهم متوسط وغير متخصصين ولا يتابعون الشؤون الخارجية ويشكلون غالبية الجمهور، ومعظم اصحاب هذه النظرة من العاملين في وكالات الانباء ومراسلين الشبكات والمحررين في الجرائد العامة.

وفي الوقت الذي يكّون فيه القائم بالاتصال انطباعات عن الجمهور فان الجمهور أيضاً يكّون انطباعات عن القائم بالاتصال عن طريق جوانب عدة منها المركز الاجتماعي للقائم بالاتصال، إذ يميل الجمهور إلى الاستماع إلى نصائح الشخص الذي يتمتع بمكانة اجتماعية عالية، وان يكون قادرا على التأثير في الجمهور، ويرجع هذا إلى الميل إلى المحاكاة والثقة، بمعنى ان الجمهور يميلون الى محاكاة الأشخاص ذوي المكانة العالية ويثقون في قراراتهم، كذلك مدى المصداقية التي يتصف بها القائم بالاتصال تحدد انطباعات الجمهور عنه[1]. فهناك ارتباط وثيق بين صدق المصدر والثقة فيه من جانب الجمهور، ودرجة الاستقبال والتصديق العالية التي تجدها الرسالة الاتصالية التي يقدمها القائم بالاتصال.

وترى المؤلفة ان العلاقة بين القائم بالاتصال والجمهور تكشف عن قوة العملية الاتصالية ومدى نجاحها لان كلاً من القائم بالاتصال والجمهور يمثل عنصرا مهماً من عناصر العملية الاتصالية واي تغيير في الظروف المحيطة لكل منهم أو تغيير القيم والمعتقدات والأفكار من شانه ان يؤثر في فهم الرسالة الاتصالية، ويبقى القائم بالاتصال مطالبا بان يدرك ويقيم ويعرف جمهوره ويلبي بعض رغباتهم من دون تمييع أو ان يؤثر ذلك في أخلاقياتهم المهنية كي يستطيع تحقيق أهدافه بنجاح، وهنا تأتي أهمية الخبرة المشتركة بين القائم بالاتصال والجمهور فكلما اتسع مجال تلك الخبرة كانت العملية الاتصالية أكثر فاعلية.

---

[1] د. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مصدر سابق، ص1868.

رابعا: علاقة القائم بالاتصال بالمصدر:

يتضمن المعنى الشامل للكلمة (المصدر Source) الأشخاص والمؤسسات ووسائل الإعلام المختلفة التي يحصل منها القائم بالاتصال على الاخبار والمعلومات، وينظر القائمون بالاتصال إلى مصادر المعلومات على انها الادوات التي يحصلون عن طريقها على المادة الاخبارية، ومن ثمّ فهي مجمل الاوعية، من دوائر ومنظمات وشخصيات حكومية متخصصة وعامة، التي تنتج أو تسهم في عملية إنتاج الرسائل الاتصالية، عبر تمرير هذه الرسائل إلى القائم بالاتصال، ويقول الكاتب الأمريكي (ليناردو رأي ثيل) في كتابه (جولة في قاعة التحرير): "أي موضوع في الصحافة له منبع يبدا منه، مثله مثل النهر تماما، وهذا المنبع هو المصدر".

وفي (دليل رويترز للجرائديين)، أرجعت أهمية اسناد المضامين الاتصالية إلى مصادرها إلى أنه:

1. يمكن حماية سمعة الوسيلة الإعلامية اذا واجه المضمون الاتصالي أي نوع من أنواع التحدي أو التكذيب.
2. يمكن للجمهور ان يشكل عن طريق ذكر المصدر رأيه الخاص حول مدى مصداقية ودقة المصدر نفسه، ومن ثمّ المعلومة التي نسبت اليه.

ويحاول القائمون بالاتصال عادة الاحتفاظ بعلاقات جيدة مع المصادر التي يحصلون منها على المعلومات، وكلما توثقت علاقة القائم بالاتصال بالمصدر أصبح مميزا فيما ينقله من اخبار عن هذه المصادر قد لا يصل اليها غيره، ويثير هذا الأمر قضية تسريب المعلومات من المصادر الحكومية صانعة الاخبار إلى بعض القائمين بالاتصال المتعاطفين معهم أو الذين تربطهم بهم علاقات صداقة ومصالح[1].

ويشبه الباحث (هيربرت جي جنز) العلاقة بين القائم بالاتصال والمصدر بعملية (جر الحبل) إذ أن كليهما يبحث عن سبل سحب الطرف الاخر إلى دائرة اهتمامه، فالمصدر يعمل على إدارة الاخبار بالطريقة التي يسلط الضوء على ما يريده والقائم بالاتصال يدير المصادر من اجل الحصول على المعلومات التي يريدها[2].

---

[1] د. حسين نصر، د. سناء عبد الرحمن، مصدر سابق، ص89.

[2] Herbert J. Ganns, Deciding whats news, (London: Constable printing, 1980), P. 271.

نقلا عن لؤي مجيد حسن البلداوي، الخصائص المهنية للصحفيين العراقيين، اطروحة دكتوراه غير منشورة، (جامعة بغداد: كلية الآداب، 1996)، ص100.

الا ان د. جيهان رشتي بينت ان العلاقة بين القائم بالاتصال والمصدر لا تخرج في نطاقها عن احد هذه الأنواع الثلاثة وهي[1]:

1. ان يبقى القائم بالاتصال مستقلاً عن المصدر.
2. ان يجد القائم بالاتصال والمصدر مجالات يتعاونون فيها من اجل تحقيق مصلحتهم المشتركة.
3. ان يسيطر المصدر على القائم بالاتصال أو العكس.

وهناك العديد من النماذج التي تحدد طبيعة العلاقة بين القائم بالاتصال والمصدر، وهي[2]:

1. نموذج التناقض: ويغلب فيه طابع التناقض اذ ان المصدر هو مالك القرار أو المعلومة يحاول التكتم على بعض المعلومات أو نشرها بشكل معين، في حين أن القائم بالاتصال يريد الحقيقة الكاملة غير المشوهة.
2. نموذج الاعتماد: ويقوم على أساس التعاون بين الطرفين، بالرغم من اختلاف أهدافهما فانهما يتقاسمان بعض الأهداف مثل رغبتهم في كسب ثقة الجمهور.
3. نموذج التبادل الاجتماعي: يقوم هذا النموذج على أساس ان هناك تبادلاً للمنفعة بين القائم بالاتصال والمصدر، أي انها علاقة تبادل اجتماعية ترمي إلى تحقيق أغراض مشتركة وليس هناك ضغط من جانب على اخر.
4. النموذج العلمي: يؤكد هذا النموذج ان الجدار القائم بين القائم بالاتصال والمصدر هو جدار وهمي ليس له أساس من الصحة فكلاهما بحاجة إلى الاخر، وغالبا ما يكون الصحفيون مرتبطين بالمصادر بعلاقة طيبة تتخللها بعض التشنجات لمواقف معينة.

وفي الحقيقة فان القائم بالاتصال لا يستطيع ان يعمل بدون الوصول إلى المعلومات عن طريق المصدر، وفي الوقت نفسه فإن القائم بالاتصال ضروري جدا بما يتعلق بمعظم المصادر، وذلك لانه بدون الصحفي لا يستطيع المصدر ان يتصل بالجمهور وعن طريق هذه الحاجة المتبادلة تتطور العلاقة بين المصدر والقائم بالاتصال، وقد يستخدم القائم بالاتصال احيانا مصادراً فقط لشخصها، وليس بسبب المعلومات التي تعرفها وربما تصيب الالقاب والاسماء والمناصب والمكانة الاجتماعية للمصادر القائم بالاتصال بالعمى، وعلى الرغم من أن هذه

---

[1] د. جيهان احمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الإعلام، مصدر سابق، ص298.

[2] د. السيد بخيت، العمل الصحفي في مصر، سيسولوجيا الصحفيين المصريين، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1998)، ص120- 123.

المؤشرات قد تكون أوراق اعتماد لعقول غالبية الناس، الا ان القائم بالاتصال يجب ان لا يعتمد عليها في عملية اختياره للمصادر[1].

ويحدد ديفيد راندال (رئيس تحرير في الاندبندنت) بعض الارشادات الأساسية للتعامل مع أي مصدر للمعلومات[2]:

1. يجب على القائم بالاتصال ان يعرف نفسه للمصدر، لان عدم التعريف يدفع الناس إلى المبالغة والتهويل، في حين أنه عندما يُعرّف القائم بالاتصال نفسه يصبح الحديث متميزاً بالتروي والتفكير لان المصدر هنا يتحمل بعض المسؤولية حول نوعية الحقائق.
2. العدالة والنزاهة مع المصدر، إذا اراد القائم بالاتصال من المصادر مساعدته يجب التعامل معهم بود وصدق وامانة ونزاهة وهذا من أخلاقيات مهنة الصحافة.
3. الحذر من الثقة بالمصدر إذ يتعاظم حماسه وانفعاله، كلما زادت مشاعر التعاطف لدى شخص تجاه حدث ما تضاءلت موثوقيته لذلك يجب التعامل مع هؤلاء بدقة وعناية.
4. عدم المبالغة في الاقتراب من مصادر المعلومات، فان مغالاة القائم بالاتصال في الاقتراب من مصادر المعلومات قد يعرضه إلى العديد من المخاطر والمضايقات.
5. يجب على القائم بالاتصال ان لا يدع المصدر يتحكم به، لان هذا قد يدفعه إلى التجاوز على شروط الاداء المهني وأخلاقيات المهنة.

لذلك فان طبيعة العلاقة بين القائم بالاتصال وبين مصدر المعلومات الذي يتعامل معه تختلف بحسب اختلاف القائم بالاتصال والمصدر نفسه فهي تتراوح بين العلاقة التسلطية سواء من قبل المصدر أو القائم بالاتصال أو علاقة العمل ذات المنافع المتبادلة بين الطرفين، ويبقى القائم بالاتصال مطالبا بان يتعامل بشكل موضوعي بعيدا عن الذاتية كي لا يضطر بان يتخلى عن صفاته المهنية التي يمتاز بها أو ان يتساهل في بعض أخلاقيات المهنة من اجل محاباة المصدر.

وان فشل العلاقة بين القائم بالاتصال ومصدر معلوماته قد ينتج عنه حرمان القائم بالاتصال من المعلومات الذي يقود إلى الكثير من النتائج التي تنعكس سلبا على مجمل العمل

---

[1] ميلفن مينتشر، تحرير الاخبار في الصحافة والاذاعة والتلفزيون، ترجمة: د. اديب خضور، (دمشق، 1992)، ص147.

[2] ديفيد راندال، الصحفي العالمي، ترجمة: معين الامام، (المملكة العربية السعودية: مكتبة العبيكان، 2007)، ص91- 102.

الصحفي الذي يعد الصلة القائمة على الثقة بين الصحفي ومصادره احدى ابرز مقوماتها ونجاحها[1].

ويعكس شكل العلاقة بين القائم بالاتصال ومصادر المعلومات طبيعة النظام الإعلامي السائد في المجتمع، ففي النظم الإعلامية التي تطبق مفهوم المسؤولية الاجتماعية فان الصحفيين يفضلون القيام بدور الرقابة على مصادر معلوماتهم، اما عندما تسيطر المؤسسات الحاكمة فان الدور الذي يفرض نفسه هو دور المتبني لعقيدة معينة والسعي للترويج لها، وهو ما سيؤثر على ادوار القائمين بالاتصال الذين سيعملون على التأثير في الرأي العام في إطار العقيدة السائدة، لكن عندما يزداد تحكم السلطة في وسائل الإعلام فان هناك احتمالية رفض وسائل الإعلام والقائمين بالاتصال فيها لهذه الادوار[2].

---

[1] د. يتسير ابو عرجة، دراسات في الصحافة والإعلام، (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2000)، ص153.

[2] بسيوني حمادة، دور وسائل الاتصال المصرية في صناعة القرارات، دراسة تطبيقية على صانعي القرار في مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1991)، ص11.

المبحث الثاني

حقوق وضمانات القائم بالاتصال

اختلف الموقف من حقوق وضمانات القائم بالاتصال تبعا لاختلاف النظم الإعلامية، وهذا أدى إلى اختلاف في التشريعات والضمانات المنظمة لعمل القائم بالاتصال الذي يتمتع في أدائه المهني الصحفي بعدد من الضمانات التي تصنف إلى:

أولا: الضمانات القانونية.

ثانيا: الضمانات المهنية.

ثالثا: الضمانات الاقتصادية.

أولا: الضمانات القانونية للقائم بالاتصال تأخذ اشكالاً عدة منها:

1. حرية الرأي والتعبير:

يعترف عدد كبير من الدساتير الوطنية على الصعيد العالمي بحق حرية الرأي والتعبير وحق الإعلام والاطلاع على الاخبار والحصول على المعلومات من مصادرها فقد تضمن إعلان حقوق الإنسان والمواطن الفرنسي عام 1789م للمرة الاولى ضرورة حرية التعبير، واستخدم النص مرة أُخرى عام 1948م في نص الإعلان العالمي لحقوق الإنسان والذي تنص المادة 19 منه على ما يلي[1]:

"لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق اعتناق الآراء دون أي تدخل، واستقاء الانباء والأفكار وتلقيها واذاعتها باية وسيلة كانت دون تقيد بالحدود الجغرافية".

صحيح ان المقصود هو مجرد إعلان لكنه يعدُّ مقبولاً عالميا، ثم تبعه العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية، ويكفي القول إن 134 دستورا في العالم نص على حرية الرأي وحرية الصحافة، وهناك مفهومان للحرية، الأول يرى انها قدرة القائم بالاتصال أو سلطته في التصرف، أما المفهوم الآخر يرى انها حكم العقل أي ان الحرية خاضعة للعقل[2]. فان الحرية من غير التزام بالمسؤولية تجاه المجتمع والحقيقة وتجاه قضايا الجماهير والامة ومن غير علم قد تصبح خللا لاهم حقوق القائم بالاتصال. كما ان الحرية لا تقتصر على توفير التشريعات الضامنة لها ما لم يكن التطبيق محققا لمضمون هذه التشريعات، وتتكون الحرية من ثلاثة

---

[1] من نص الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي اعتمد بموجب قرار الجمعية العامة 217 الف (د- 3) المؤرخ في 10/ كانون الأول/ 1948.

[2] د. ليلى عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، مصدر سابق، ص15.

عناصر أساسية الأولى: يضعها المجتمع عن طريق القرار أي التشريع، والثانية: عن طريق توفير الحرية الاجتماعية والثالثة يضعها الفرد نفسه عن طريق قدرته على الاداء والوصول إلى مستوى افضل[1].

وهذا يؤكد ان الحرية هي الضمانة الاولى لنجاح العمل الصحفي وهي معروفة بالتسلسل الاتي[2]:

1. الحرية الاجتماعية والسياسية العامة للبلد وجماهيره، والتي تقوم على أساس ضوابط وقوانين ضامنة له، وتكون حرية الفكر والصحافة جزء منها.
2. الحرية الصحفية التي تجسدها حرية الممارسة الصحفية المدعومة من قبل الدولة، وهي حرية تعبير وإبداء رأي.
3. حرية القائم بالاتصال داخل المؤسسة الصحفية فهو مرتبط بها بشروط المهنة المقبولة من قبله والتي لا تنتقص من كرامته وحريته.

وتقسم الأنظمة الصحفية على الأنظمة القانونية الآتية تبعا لتدرجها نحو الحرية[3]:

1. النظام الذي يضع الجريدة والعاملين فيها في قبضة الحكومة بصورة كاملة.
2. النظام الذي يفرض على الجرائد والقائمين بالاتصال فيها القيام ببعض الإجراءات الخاصة قبل النشر.
3. النظام الردعي والذي يسمح للقائم بالاتصال بالتعبير عن أفكاره وارائه بشرط ان يتحمل مسؤوليته بعد النشر.
4. النظام الذي ياخذ بالنظام الاخير مع اخذ مبدأ تنظيم العمل للقائمين بالاتصال بشكل يضمن حريتهم الاقتصادية والقانونية.

ومن التشريعات الخاصة بالصحافة نجد أنّ حرية الصحافة ليست حرية مطلقة، بل انها حرية مقيدة لاعتبارات تتعلق بالمصلحة العامة من جهة ولاعتبارات تتعلق بالمصلحة الخاصة من جهة أُخرى.

---

[1] سجاد الغازي، الصحافة العربية، تشريعا وتنظيما وتقنية، (القاهرة: المركز العربي الاقليمي للدراسات الإعلامية، 1995)، ص61- ص62.

[2] عزيز السيد جاسم، مبادئ الصحافة في عالم المتغيرات، (بغداد: دار افاق عربية للصحافة والنشر، 1985)، ص21.

[3] سجاد الغازي، مصدر سابق، ص42.

فقد اكد البيان الختامي في توصيات المؤتمر الدولي حول حرية التعبير والتنمية الإعلامية في العراق، بما ياتي[1]:

1. إن حرية التعبير عن الرأي تتطلب وجود إعلام مستقل قادر على ايصال المعلومات بعيدا عن التحكم الحكومي أو السياسي أو الاقتصادي.
2. يجب تشجيع وجود صحافة تعددية تنطوي على تنوع كبير في الصحافة المطبوعة والمذاعة وغيرها من وسائل الإعلام بحيث تعكس اوسع نطاق من الآراء في المجتمع وتشجيع مشاركة الجميع دون تمييز.
3. يجب على السلطات احترام حقوق الصحفيين ومهنيي وسائل الإعلام واستقلالهم المهني مع الأقرار بضرورة ردع التحريض المباشر والضمني على أعمال العنف.
4. تأمين سلامة الصحفيين كافة العاملين في العراق، بما في ذلك انهاء الحصانة من العقاب واجراء تحقيقات مستقلة في الاعتداءات.

وإن الحق في الحرية لا يمكن ان يتحقق دون اتاحة حق الوصول للمعلومات، فحجب المعلومات عن القائم بالاتصال دفع بعضهم إلى كتابة المادة الصحفية وفق نظرية (التنبؤ الامن) والتي تعني التكهن بطبيعة الحقائق الخفية وراء الستار[2]. لذلك يجب ان يمنح القائم بالاتصال لدى الجهات جميعها التي يمارس مهنته لديها أو بواسطتها أو يتعامل معها التسهيلات المناسبة، ولا يجب توقيفه أو تعقبه من اجل عمل قام به تأدية لواجبات مهنته الصحفية الا إذا قام بذلك العمل بصورة تنطوي على جريمة جزائية[3].

وبالرغم من ان دساتير الدول وقوانينها الخاصة بالصحافة لا تتضمن نصوصا واضحة حول حق القائم بالاتصال بالوصول إلى مصادر المعلومات ولا تلزم المسؤولين في الإدارات الحكومية بامداد الصحفيين بالمعلومات، الا ان الخبرة العملية لعلاقة الصحافة بالحكومة افرزت أنماطاً عدة للحصول على المعلومات مثل المؤتمرات الصحفية، وعدم وجود هذه القوانين يؤدي إلى النزاع الدائم بين الحكومة وبين الصحافة، اذ تحاول الحكومة منع القائم

---

(1) هيئة الإعلام والاتصالات، البيان الختامي وتوصيات المؤتمر الدولي حول حرية التعبير والتنمية الإعلامية في العراق- باريس، 8- 10 كانون الثاني- 2007، (بغداد، 2007)، ص3- 4.

(2) خالد صالح، حرية الصحافة، (القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، 2007)، ص21.

(3) عبد الله خليل، الحماية القانونية للصحفيين وأخلاقيات العمل الإعلامي (عمان: مركز حماية وحرية الصحفيين، 2001)، ص62.

بالاتصال من الوصول إلى مصادر المعلومات بدعوى خطورة هذه المعلومات على الامن القومي للبلاد وتعارضا مع المصلحة القومية[1].

وتصنف بعض الدول المعلومات على انها (سرية) أي لا يمكن للقائمين بالاتصال في الصحافة الاطلاع عليها، ففي (الولايات المتحدة) تم اقرار قانون منذ عام 1967 عرف بقانون حرية المعلومات الذي حدد اربع حالات يمكن فيها حجب المعلومات[2]:

1. إذا كان في ذلك حماية للأمن القومي.
2. إذا تعلقت المعلومات باسرار تجارة مالية.
3. إذا تعلقت المعلومات بالتاريخ الطبي للشخص.
4. إذا كان في ذلك حماية لجهود الشرطة ورجال القانون.

وفي دول أُخرى مثل مصر يحدد القانون نوعية المعلومات التي من حق رئيس الدولة أو من ينسبه حجبها، مثل ميزانية الجيش واتفاقيات التسليح ويتسع ليشمل علاقة مصر مع الدول الأُخرى واحداث العنف الطائفي وتتحول إلى الهيئة القضائية احيانا لاصدار قرارات حظر النشر.

ويصور د. راسم محمد الجمال[3] واقع القائم بالاتصال في الوطن العربي بانه فاقد لحريته في التعبير عن رأيه حتى امام رئيس التحرير واذا أصّر فهذا يعني تعرضه للفصل أو النقل، ولا حرية له امام قوانين المطبوعات والسلطات، ويسمى الحرية الصحفية في الوطن العربي بانها (حرية القمع).

وهناك خطر على حرية الصحافة والرأي كما يؤكد د. أحمد بدر[4] يأتي من خضوعها للرقابة* المسبقة على النشر عن طريق التشريعات التي تحرم النشر بحجة حماية النظام العام، وهذا المدلول قد يتوسع ليصبح ستارا لحماية السلطة العامة والأشخاص العامين من النقد، وقد يؤدي إلى عدّ الرأي جريمة مما يشمل حرية الصحافة.

---

[1] د. حسني نصر، د. سناء عبد الرحمن، مصدر سابق، ص258- 259.

[2] المصدر نفسه، ص264.

[3] د. راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في الوطن العربي، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ط2، 2001)، ص70.

[4] د. احمد بدر، مدخل في الاتصال بالجماهير، (الرياض، 1997)، ص202.

* تعرف الرقابة بانها "سياسة الحد من التعبير العام عن الأفكار والآراء والدوافع والمثيرات التي يمكن ان يكون لها تأثير على تقويض السلطة الحكومية أو تقويض النظام الاجتماعي والأخلاقي الذي يعتبر السلطة انها ملتزمة بحمايته، انظر:

Abraham. Henry J. "Censorship" Inter national encyclopedia of social sciences, 1968, vol. ii, P. 256.

نقلا عن د. احمد بدر، مدخل في الاتصال بالجماهير، مصدر سابق، ص196.

وتحدد مبررات فرض الرقابة على المواد الصحفية بما ياتي[1]:

1. تفرض الرقابة على الآراء والأفكار التي لا يستطيع البعض فهمها أو ادراك زيفها مما يؤدي إلى الانحراف بالسلوك السياسي والاجتماعي السليم.
2. تفرض الرقابة على الآراء والأفكار التي تؤدي إلى ارتكاب افعال ضد المجتمع وأخلاقياته كالمطبوعات الاباحية.
3. تفرض الرقابة على الاخبار والصور والمعلومات ذات الطبيعة السرية التي يؤدي نشرها إلى تعريض الامن القومي والوحدة الوطنية للخطر.

والرقابة احيانا قد تؤدي إلى مشاكل يواجهها القائم بالاتصال اثناء ممارسة عمله منها[2]:

1. اصدار تعليمات حكومية عن كيفية معالجة بعض الموضوعات المتصلة باحداث وقضايا معينة.
2. ممارسة بعض اشكال الارهاب ضد القائمين بالاتصال كالعنف والتهديد وادراج اسمائهم في القوائم السوداء.
3. مقاطعة أعمال بعض القائمين بالاتصال، أو حظر تداول كتاباتهم.
4. طرد القائمين بالاتصال وحرمانهم من ممارسة المهنة.

وهناك رقابة اجتماعية تفرض على القائمين بالاتصال بشكل غير مباشر، وهي بمثابة نوع من التنشئة الاجتماعية، تحدث داخل المؤسسات الصحفية يستنبط الصحفي القوانين والمعايير ويحاول ان يتلاءم معها، ويدخل هذا ضمن السياسة الإعلامية التي تنظم هيكلية المؤسسة الصحفية التي يعمل فيها القائم بالاتصال[3].

ويؤكد د. صالح خليل ابو اصبع ان حرية الصحافة تواجه معضلة ذات ابعاد أربعة [4]:

1. الحكومات: وما تسنه من قوانين وتشريعات وما تمارسه واقعيا من التعامل مع المؤسسات الصحفية والقائمين بالاتصال فيها.
2. المؤسسات الصحفية: والتي تضع اللوائح والقوانين المهنية التي تسعى إلى ضبط المهنة وضمان حريتها، ولكنها في الواقع تخضع لمصالحها في تحديد نوع المعلومات التي تنشر.

---

[1] د. احمد بدر، مدخل في الاتصال الجماهيري، مصدر سابق، ص203- ص204.

[2] أ.د. ليلى عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، مصدر سابق، ص69.

[3] Lazar Judith, Sociologic de la communication de masse, (Paris: Arm and Colin, 1991), P. 120.

[4] صالح خليل ابواصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، (عمان: دار المجدلاوي، 2004)، ص88-90.

3. الجمهور: الـذي يعتمـد عـلى الجرائـد في الحصـول عـلى المعلومـات والترفيـه وتلبيـة حاجاته الأُخرى، لذلك فان هذه المؤسسات الصحفية تحاول ان تكون رقيبا لـه عـلى أجهزة الحكومة وفسح المجال للتعبير الحر عن الرأي.
4. البعد الدولي: المتمثل بالمنظمات الدولية المعنيـة بحريـة الصحافة وحقـوق الإنسـان مثل الأمم المتحدة واليونسكو فضـلا عـن تـدخل الـدول ذات النفـوذ مثـل الولايـات المتحدة والاتحاد الأوربي.

وترى المؤلفة ان العمل الصحفي في العراق يمر بتجربة ديمقراطية غـير متبلـورة بشـكل عملي يأخذ مداه الفعلي لان تقول عنها تجربة ديمقراطية راسخة تستند على تجـارب وخـبرات ونشاط اتصالي إعلامي وقيم واعراف وتقاليد جرائدية وإعلامية واضحة لا لبس فيها، فضلا عن ان هناك محاولات لتأطير تجربة النظـام الـديمقراطي بقـوانين تضـمن حـق القـائمين بالاتصـال لمستوياتهم المختلفة عند ممارسة نشاطهم الاتصالي لوسائل الإعلام المختلفـة وتشـجيعهم عـلى اداء دورهم بشكل موضوعي وحقيقي دون تردد أو خوف من الملاحقة غير المشروعـة بسـبب القوانين التي يأملون منها حمايتهم وتنظيم أدائهم الإعلامي.

2. حق النقد:

إن العمل الصحفي فعالية إبداعية محكومة بالتفاعل الخلاق مع الواقع الموضوعي عن طريق مواكبة تطوراته، ورصد تحولاته ويتعذر فهم العمـل الصـحفي بهـذا المعنـى الا مقرونـا بموقف نقدي تتم ممارسته من قبل القائم بالاتصال والتعبير عنـه ضـمن إسـتراتيجية إعلاميـة متوافقة مع الإستراتيجية السياسية المخاطبة للواقع، ويقصد بحق النقد "حق القـائم بالاتصـال في التعبير عن رأيه تجاه المجتمع ومؤسساته"[1] وان القائمين بالاتصال يجـب ان يحرصـوا عـلى توظيف النقد والتعليق لخدمة المصلحة العامة، لا ان يكـون هدفـه مجـرد الافـتراء أو تشـويه السمعة[2].

فمن حق القائم بالاتصال ان ينتقد دون نية سيئة أعمال اولئك الذين يسترعون اهـتمام الرأي العام، بشرط ان لا يمتد النقد بحيث يصل إلى الحياة الشخصية لاي إنسان بل يجب ان يقتصر على

---

[1] د. حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة مقارنة، (القاهرة: الدار اللبنانيـة المصريـة، ط2، 2002)، ص152.

[2] د. ليلى عبد المجيد التشريعات الإعلامية، مصدر سابق، ص233.

المسائل ذات المصلحة العامة أو الاهتمام العام، وبما ان حق النقد قائم على حرية التعبير عن الرأي يجب ان تكون هذه الآراء قائمة على الواقع[1].

ويعد النقد مسؤولية مهنية تتطلب من القائم بالاتصال امتلاك الأدوات الأساسية المتمثلة بالحس الإعلامي والفني والاطلاع الواسع والثقافة الرصينة مع الموضوعية في اصدار الاحكام[2]، ومن الآخذ على النقد الذي يمارسه بعض القائمين بالاتصال بأنه[3]:

1. انه نقد من فوق: أي ان الأنظمة هي التي أوعزت للقائمين بالاتصال في الجرائد بممارسة النقد ورسمت له مجالاته وحدوده.
2. نقد غير معني بالوصول إلى الحقيقة أو اكتشاف الواقع، وانما يعمل على طمس الواقع واخفائه والتسويق لايديولوجيات بعيدة عن واقع الجمهور.
3. يعتمد هذا النقد على إستراتيجية التجزئة والتفتيت، وهي احدى استراتيجيات ممارسة التضليل الإعلامي.
4. انه لا يقدم معلومات دالة ومن ثمّ لاينتج معرفة، ولا يسهم في تشكيل وعي.

وهناك نقد يمارسه القائم بالاتصال داخل المهنة، فقد يقوم العاملون في مهنة الصحافة بنقد متبادل لبعضهم البعض، لانه لا يمكن تحقيق المستويات المهنية للصحافة مادامت اخطاء القائمين بالاتصال وتزييفهم للواقع والجرائم التي يرتكبونها احيانا تمر بدون ان يشير اليها الأعضاء الآخرين في المهنة نفسها[4].

ويشترط في حق النقد توافر حسن النية، بمعنى ان يتوافر في الناقد امران: الأول: توخي النفع العام فيما يبديه من اراء، والآخر: اعتقاده في صحة ما يبديه من اراء[5]، ويقوم حق النقد من وجهة نظر القانونيين على خمسة اركان هي[6]:

1. الواقعة الثابتة: النقد هو حكم على واقعة ثابتة أو غير متكررة، فليس من النقد ان يخترع الشخص الوقائع ثم يعلق عليها وينقدها.

---

(1) جون هوثنبرغ، الصحفي المحترف ترجمة: فؤاد مويساتي (بيروت، المؤسسة الاهلية، بدون تاريخ)، ص112.

(2) د. عبد الستار جواد، النقد الصحفي، الموسوعية الصغيرة، 419، (بغداد: دار الشؤون الثقافية، 1999)، ص91- 92.

(3) د. اديب خضور، ازمة إعلام ام ازمة انظمة، (سوريا: المكتبة الإعلامية، ط2، 2008)، ص40- 45.

(4) أ.م. جيهان رشتي، الإعلام والمجتمع، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2002)، ص29.

(5) عماد النجار، النقد المباح: دراسة مقارنة (القاهرة: دار النهضة العربية، 1977)، ص278.

(6) محسن فرج، جرائم الفكر والرأي والنشر، النظرية العامة للجرائم التعبيرية، (القاهرة، دار الغد العربي، ط2، 1988)، ص408- 414.

2. التلازم: يجب ذكر الواقعة مع الرأي، فاذا ذكر الرأي دون ذكر الواقعة المقررة التي تسنده لم يكن ذلك نقدا.
3. موضوع يهم الجمهور: فلا يجوز بحجة النقد التعرض لشؤون الحياة الخاصة الا فيما هو مرتبط بشؤون الحياة العامة للشخص وبقدر ما يستلزمه هذا الارتباط.
4. العبارة الملائمة: يجب ان يصاغ النقد في صيغة ملائمة للموضوع والغرض، يراعى فيها قدر من التناسب المعقول.
5. سلامة النية: أو حسنها.

ثانيا: الضمانات المهنية:

أما الضمانات المتعلقة بممارسة المهنة فتتضمن:

1. الحق في ممارسة المهنة:

تبرز أهمية التشديد على ضرورة حماية الحقوق المهنية للقائمين بالاتصال والتي تتمثل في ضمانات ممارستهم المهنية ليس لأهمية ذلك فيما يخص الأداء والإعلان فقط ولكن لارتباطه بجوهر العملية الديمقراطية وكفالة تحقيقها في ضوء ما اقره الإعلان العالمي لحقوق الإنسان وسائر المواثيق العالمية بشان ضمان حماية حقوق الإنسان، وتوجد ثلاثة أساليب لحق ممارسة العمل الصحفي، يقوم أولها على حق كل مواطن في ممارسة هذا الحق دون قيود مسبقة، اما الأسلوب الثاني فيقوم على ربط حق ممارسة العمل الصحفي بالحصول على ترخيص مسبق من السلطة، و الأسلوب الثالث يشترط ضرورة القيد المسبق بجداول المشتغلين في العمل الصحفي[(1)]. فبعض الدول لا يجوز فيها لغير الصحفي المسجل في قيد الصحفيين ان يمارس مهنة الصحافة باي شكل من اشكالها ولا ان يقدم نفسه على انه جرائدي[(2)].

ويختلف الأساليب المنظمة لحق مزاولة العمل الصحفي في النظم الاتصالية تبعا لاختلاف الإيديولوجيات القائمة فثمة دول تنحى منحى ليبرالي وأُخرى ذات منحى اشتراكي وتضع حدوداً للممارسة الصحفية حفاظا على تماسك النظام وايديولوجيته ومكوناته[(3)].

ففي النظام السلطوي للصحافة لايسمح لأي فرد بالعمل في الصحافة انما هي منحة من الحاكم وامتياز يختص به من يشاء ويترتب عليه التزام بتاييد الحاكم وسياسته فاذا ما اخل

(1) عبد الله خليل، مصدر سابق، ص116.
(2) المصدر نفسه، ص56.
(3) د. راسم محمد الجمال، مصدر سابق، ص60.

بهذا الالتزام فلا يعود له حق العمل بالصحافة، وفي النظـام الليـبرالي للفـرد الحـق في ممارسـة العمل الصحفي بغير شروط ويشترط النظام الاشتراكي حصول الفرد على ترخيص من الحكومـة أو الحزب للعمل في الصحافة[1].

كما ان الحق في ممارسة المهنة للقائم بالاتصال يتضمن عدم جـواز اجبـاره عـلى القيـام بعمل يغير من طبيعة عمله الصحفي[2].

2. الحق في التنظيم المهني:

تعد التنظيمات المهنة في مجالات الإعلام والصحافة إحـدى الأجهـزة المشـاركة في وضـع السياسات الإعلامية في جوانبهـا المهنيـة والعلميـة، وتعنـى بتنظـيم حقـوق القـائمين بالاتصـال وحمايتهم، وتحديد التزاماتهم المهنية ومسؤولياتهم وواجباتهم حيال المهنة والمجتمـع، ووضـع أخلاقيات ومواثيق الشرف المهنية، ومراقبة تطبيقها، إلى جانب الاشراف عـلى الممارسـة المهنيـة ذاتها[3].

وتختلف هذه التنظيمات المهنية تبعا للايديولوجية القائمة ففي الدول الليبرالية، يشترك اصحاب الجرائد والقائمون بالاتصال على أساس تعاوني بتنظيم الممارسة المهنية في إطـار نقـابي، وفي الدول الاشتراكية تقوم التنظيمات المهنية بمهام ومسؤوليات مكثفة، فقد تتولى إدارة المؤسسات ومباشرة عمليات التدريب واجراء البحوث[4].

وقد اخذ مبدأ الاعتراف للقائمين بالاتصال بحقهم في تشـكيل تنظـيماتهم المهنيـة يأخـذ طريقه في غالبية الاقطار العربية، ولهذه التنظيمات تسميات مختلفة فقد يطلق عليهـا نقابـة أو اتحاد أو جمعية.

والحق في التنظيم المهني وتكوين الجمعيات والنقابات جزء من الحق في الاتصال الذي اقرته المواثيق الدولية والدستورية للقائم بالاتصال[5].

---

[1] فاروق ابو زيد، مقدمة في علم الصحافة (مركز جامعة القاهرة: التعليم المفتوح، 1999)، ص62- 71- 74.

[2] صابر فلحوط وسـجاد الغـازي، الاتحـاد العـام للصـحفيين العـرب: دراسـة وثائقيـة، تقـديم سـعد قاسـم حمودي، (بيروت: مؤسسة ثيرا للطباعة والنشر، 1982)، ص119.

[3] د. راسم محمد الجمال، مصدر سابق، ص62.

[4] Hoyed sommerlad, national communication systems: some policy lssues and options, reports and papers on mass communication; no. 74 (Paris: UNESCO, (1978), PP. 23- 24.

[5] حق الاتصال: بحوث ودراسات قدمت إلى النـدوة العربيـة لحـق الاتصـال التـي انعقـدت في بغـداد عـام 1981، اعداد: دائرة الشؤون الثقافية، (الكويت: مؤسسة الخليج للطباعة والنشر، 1982)، ص31.

وعلى الرغم من المحاولات الجادة التي بذلت من جانب القائمين بالاتصال لانشاء نقابات أو اتحادات مهنية تضمهم إلا ان ذلك لم يتم إلا في العقدين الرابع والخامس من القرن العشرين وبذلك تأخرت الحركة النقابية الصحفية عن غيرها من المهن بسبب عدم حماس السلطات أوعدم اعترافها أصلا بالتنظيم النقابي[1]، ومن الطبيعي إن الاهتمام بانشاء منظمات مهنية يجعل دورها يزداد تدريجيا بزيادة صلاحيتها وباشراكها في تشكيل وتطبيق النصوص التي تحكم وضعها المهني أو ممارستها للمهنة[2].

وتضع هذه الاتحادات والنقابات مواثيق شرف مهنية لاعضائها وتفرض احيانا عقوبات على القائمين بالاتصال الذين يخالفون أخلاق المهنة وذلك بنشر مخالفاتهم على الجمهور على أساس ان ذلك عقاب مناسب يضر بسمعتهم الصحفية[3].

وتعد النقابات واتحادات الصحافة بمثابة منظمات تسعى إلى الارتقاء بالاداء المهني لاعضائها والدفاع عن حقوقهم وسماع شكاوى الجمهور المتعلقة بالاساءات التي يرتكبها القائمون بالاتصال بحقهم[4]. ويدخل ضمن الحق في التنظيم المهني قيد القائمين بالاتصال في النقابات المهنية المنظمة للعمل الصحفي والتي تعد من اهم الضمانات اثناء ممارسة العمل الصحفي[5].

وتختلف الآراء فيما يخص أهمية النقابات فرأي يؤكد إن النقابات تؤدي مهام استشارية وتهتم بتحسين اداء اعضائها وتفرض قوانين يجب الالتزام بها لضمان ممارسة مهنية لا تتعارض وأخلاقيات المهنة، ورأي آخر يبين ان النقابات تؤدي دورا لا يصب في صالح المجتمع عن طريق الدور الذي تمنحه لها الحكومة ومراقبة الجرائد والقائمين بالاتصال ومعاقبة المعارضين لسياسة السلطة[6].

وتتضمن قوانين النقابات عادة تنظيم الالتحاق بمهنة الصحافة والشروط التي ينبغي أن تتوافر في الممارسين لها، كما تهتم بالحقوق والضمانات التي ينبغي ان يتمتع بها القائمون

---

(1) سجاد الغازي، مصدر سابق، ص73.

(2) د. ابراهيم الداقوقي، قانون الإعلام، (بغداد: مطبعة الاوقاف والشؤون الدينية، 1986، ص68).

(3) د. حسن نصر، د. سناء عبد الرحمن، مصدر سابق، ص279.

(4) حسين عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، مصدر سابق، ص144.

(5) د. اسما حسين حافظ، مصدر سابق، ص146.

(6) حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، مصدر سابق، ص144.

بالاتصال، والمسؤوليات والواجبات التي يكون عليهم الالتـزام بهـا في المقابـل اثنـاء ممارسـتهم للمهنة فضلا عن الجوانب الاجرائية الخاصة بتنظيم عمـل النقابـة وهيئاتهـا وأسـلوب اختيـار اعضائها[1].

واستطاع الصحفيون العرب انشاء اتحادهم وهو (اتحاد الصحفيين العرب) عام 1964م يضم التنظيمات الصحفية المهنية كافة في الـدول العربيـة يسـعى لتحقيـق وحـدة الصـحفيين والدفاع عنهم وتطوير قدراتهم المهنية[2]. وفي العراق أنشأت (نقابة الصحفيين العـراقيين) عـام 1959م ومقرها في بغداد والتي اصدرت قانونا لها عام 1969م المرقم 178 والذي جعل الانتماء إلى نقابة الصحفيين الزاميا لمن يمارس مهنة الصحافة، على الرغم من أن ذلك لم يرد صراحـة الا ان الاحكام العامة الواردة فيه تسـتدعي ضرورة انـتماء العـاملين في حقـل الصـحافة كلهـم إلى النقابة، وقسم منتسبي النقابة على ثلاثة اصناف هي[3]:

1. الصحفيون المتمرنون: تعرف الفقرة الاولى من المادة السادسة من قانون النقابة هـذا الصنف في الصحفيين بانه "الصحفي المتمرن هـو الـذي يتخـذ الصـحافة المقـروءة أو المرئية أو المسموعة أو العمل في وكالات الانباء مهنة رئيسة، ولا يحصل عـلى عضـوية النقابة الا بعد مرور سنتين على اشتغاله، ولا يتمتع باي امتياز من امتيازات الصحفي العامل).
2. الصحفيون العاملون: تقول المادة السابعة من قانون النقابـة "الصـحفي العامـل هـو الذي يعمل في الصحافة المقـروءة أو المرئيـة أو المسـموعة أو وكـالات الانبـاء بصـورة فعلية وقد اتخذها مهنة رئيسة له ومضى على عمله بصورة متصلة مدة سنتين".
3. الصحفيون المشاركون: تنص المادة الثامنة "الصحفي المشارك من كان ممارسا للعمـل الصـحفي دون ان يتخذه مهنة رئيسة ويمنح العضوية دون ان يتمتع بحقوق الصـحفي العامـل عـدا مـا يمنحه اياه مجلس النقابة، وعند اتخاذه العمل الصحفي مهنة رئيسية يحل له نقل اسـمه مـن جدول المشاركين إلى جدول الصحفيين العاملين...".

ويعد الانتماء إلى النقابات المهنية من الضمانات المهنية المهمة للقـائمين بالاتصـال أثنـاء ممارستهم مهنة الصحافة وما قد يتعرضون له من مضايقات ومخاطر وفي الوقت نفسـه تمنـع دخول الطارئين للعمل الصحفي والذي يؤثر بشكل أو باخر على طبيعة المهنة وأخلاقياتها.

---

[1] أ.د. ليلى عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، مصدر سابق، ص135.

[2] سجاد الغازي، مصدر سابق، ص74.

[3] د. ابراهيم الداقوقي، مصدر سابق، ص279- 280.

وترى المؤلفة انه لابد من توفير الامان للقائمين بالاتصال عن طريق منحهم حق تشكيل الروابط والنقابات المهنية التي تدافع عن حقوقهم المهنية والإنسانية وهذا يتطلب ضرورة القيام باعادة النظر في التشريعات كافة السائدة في الإعلام والعمل على تنقيتها من القيود التي تعيق الإعلاميين من ممارسة حقوقهم المهنية من جانب والقيام بمسؤولياتهم تجاه المهنة والمجتمع من جانب اخر.

3. الحق في الحماية:

يؤدي القائمون بالاتصال دورا مهما في ايصال المعلومات إلى الرأي العام العالمي والوطني وهم في اثناء تواجدهم في تلك المناطق قد يتعرضون لاخطار جسيمة نتيجة لذلك، على الرغم من أن عملهم يعد عملا إنسانيا بعيدا عن روح الحرب والهمجية، لذلك فهم يحتاجون دوما للحماية القانونية ولا يوجد تنظيم قانوني دولي يضمن حرية الإعلام في اوقات النزاعات المسلحة لذلك فان الدولة عادة ما تفرض قيوداً على القائمين بالاتصال وعقوبات مثل مصادرة معداته أو الطرد من ميدان الحدث أو الحجز وغيرها[1].

ونجد ان معظم الاتفاقيات الدولية التي تنظم المعاملة الواجبة مع الفئات المختلفة لا تفرض حماية خاصة لفئة القائمين بالاتصال وانما يعاملون كمدنيين ويتمتعون بالحماية الواجبة لهم، وهذا يعني ان القائمين بالاتصال بموجب القانون الدولي الإنساني ليس لهم ضمانات للحماية اوسع مما هو مقرر لاي فرد مدني عادي[2].

وهنا تكمن ازمة الصحافة كمهنة وللقائمين عليها من الصحفيين، ويتخذ هذا الصراع صورا شتى بين القائمين بالاتصال والسلطة أو بعض الجهات يبرز في اشكال المواجهة السلمية التي تقودها النقابات والاتحادات ولكن تشتد هذه المواجهات في اوقات الحروب والصراعات المسلحة، وبسبب الانتهاكات والمخاطر التي يتعرض لها القائمون بالاتصال اصبحت مهنتهم تسمى (مهنة المخاطر)[3].

---

[1] جوتيار محمد رشيد، الحماية الدولية للصحفيين في مناطق النزاعات المسلحة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة بغداد: كلية القانون، 1999)، ص8.

[2] سعد صالح الجبوري، مسؤولية الصحفي الجنائية عن جرائم النشر، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الموصل: كلية القانون، 2006)، ص14.

[3] د. عواطف عبد الرحمن، الحق في الاتصال وحماية الصحفيين، بحث منشور ضمن حق الاتصال وارتباطه بمفهوم الحرية والديمقراطية، (تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1994)، ص87.

وكانت اول مبادرة تستهدف خلق نوع من الحماية للجرائديين جاءت من الاتحادات المهنية نفسها وهناك ثلاثة مستويات لحماية الصحفيين نوجزها على النحو الاتي[1]:

1. المستوى الدولي: تمثل في الاتفاقيات التي تضمنت حماية حقوق الصحفيين في السلم والحرب، وضمان ممارستهم المهنية في إطار ديمقراطي يؤمن لهم ما نصت عليه المواثيق العالمية لحقوق الإنسان.
2. المستوى المهني: تعد التنظيمات المهنية للجرائديين اقدر الهيئات وأكثرها التزاما في امكانية التصدي للانتهاكات التي تتعرض لها مهنة الصحافة وممارسوها عن طريق الدفاع عن حقوق الصحفيين والحفاظ على كرامة المهنة.
3. المستوى القانوني: ويتضمن ضرورة سن تشريعات مهنية وقانونية لحماية الصحفيين على المستوى الوطني والاقليمي والدولي وقد ابدى البعض تحفظهم من خشية ان يؤدي تدخل الحكومات إلى فرض قيود جديدة تنظم سلوك الصحفيين فلا تمنح الحماية الا للجرائديين الذين يحظون بموافقة الحكومات.

لذا فمن الضروري أن تتوافر الضمانات التي تحمي القائمين بالاتصال اثناء ممارستهم للمهنة وبما يتلاءم مع طبيعتها ومن هذه الضمانات كما حددتها د. ليلى عبد المجيد هي[2]:

1. يجب حماية الصحفي من التعرض للاذى البدني كالاعتقال والتعذيب والقتل وغير ذلك.
2. تأكيد اعطاء الحصانة الملائمة لطبيعة عمل الصحفيين وحاجتهم للحماية.
3. ضمان حرية الحركة للجرائديين وحرية نقل المعلومات دون عقبات.
4. حماية المراسلين العاملين في البلاد الاجنبية من الاجراءات التي تتخذ ضدهم كسوء المعاملة والاعتقال وغيرها.
5. احاطة مساءلة الصحفي التأديبية في حالة اتهامه بارتكاب أية جريمة بضمانات كافية على ان تتم امام نقابته.

وبعد الاحتلال الأمريكي للعراق في اذار 2003م اصبح القائمون بالاتصال هدفا لملاحقات قضائية متعددة في قضايا الرأي وصدرت في حقهم بعض الاحكام القضائية القاسية، وتعرض بعضهم لاعتداءات بدنية أو للاحتجاز وقد وصف تقرير (مراسلون بلا حدود) لعام 2003م العراق بانه ثاني اكبر سجن للجرائديين في العالم، إذ إن ازدياد التنافس السياسي وانتشار فرق

---

[1] د. عواطف عبد الرحمن، هموم الصحافة والصحفيين في مصر، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1995)، ص144- 145.

[2] أ.د. ليلى عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، مصدر سابق، 57- 58.

الموت التابعة لبعض الأحزاب والتيارات السياسية، فضلا عن توغل جهات استخباراتية في العراق مستغلة الفوضى التي جلبها الاحتلال عام 2003م، جعل الصحفيين هدفا لعمليات القتل والاختطاف، فإذا هاجم أو نقد الصحفي الاحتلال أو الحكومة أو حزب ما يتم اغتياله مما دفع الصحفيين إلى مغادرة العراق حفاظا على حياتهم[1].

واشار تقرير صادر عن الجمعية العراقية للدفاع عن حقوق الصحفيين، إلى ان اعتقالات قوات الاحتلال للجرائديين تتم خارج الإطار القانوني، ودون أية مذكرة قضائية، وما زال عدد غير قليل من الصحفيين في سجون الاحتلال[2]. لذلك فقد اصبح القائمون بالاتصال في العراق مستهدفين من الاطراف المتنازعة كلها من دون استثناء، وان مهنة الصحافة باتت موضوع انتهاك يومي، من دون ادنى اعتبار للدور المهني والإنساني الذي تقدمه.

وفي الذكرى الرابعة لاحتلال العراق في عام 2003م، تقول الشبكة الدولية لتبادل المعلومات حول حرية التعبير ان العراق أكثر مناطق العالم خطرا على حياة الصحفيين وان حالات الاستهداف تكون ناتجة عن عمد وغالبها يقع في اثناء التغطية الإعلامية لمواقع الاحداث أو اثناء التوجه اليه، وتزايدت اعداد القتلى من الصحفيين منذ عام 2003م وتصاعدت بصورة كبيرة أثناء عام 2006م، وكان اغلب الضحايا من الاجانب ثم تحول الصراع وبدأت اعداد الصحفيين العراقيين القتلى تتزايد فقد شكلوا أكثر من (20%) من العراقيين القتلى في العراق وحوالي (1/3) من المختطفين[3].

وان عدد القتلى من الصحفيين في العراق على مدى اعوام الاحتلال يفوق عدد القتلى من الصحفيين في صراع وحرب فيتنام التي امتدت لعقدين من الزمن، وهذا الاعتداء على الصحفيين يؤدي إلى ثلاث نتائج هي:[4]

1. انتهاك حرية الرأي والتعبير والصحافة.
2. انتهاك حق المجتمع في المعرفة وفي تدفق المعلومات وانسيابها من مصادرها دون قيود.

---

(1) تقرير صادر عن مرصد الحريات الصحافية في العراق في نيسان 2007، وهي منظمة مؤلفة من عدد من الصحفيين المتطوعين للدفاع عن حريات الصحفيين وحقوقهم، انشيء بعد الاحتلال في عام 2003م.

(2) تقرير الجمعية العراقية للدفاع عن حقوق الصحفيين، شبكةالمعلومات العالمية الانترنت على موقع http://www.hrinfo.net، تاريخ القراءة 2008/3/5م.

(3) فاضل البدراني، واقع الصحافة العراقية في زمن الاحتلال الاميريكي، مجلة المستقبل العربي، العدد 347، (مركز دراسات الوحدة العربية، كانون الثاني، 2008م)، ص126.

(4) صلاح الدين حافظ، انتهاك حرية الصحافة... جريمة حرب، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 122، (القاهرة: المركز العربي الاقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية، 2006)، ص7- 8.

3. انتهاك الحق في الحياة، عن طريق قتل الصحفيين وخطفهم.

وعلى الرغم من استقرار الأوضاع الأمنية في العراق نوعا ما الا ان القائمين بالاتصال يتعرضون إلى المضايقات والاعتقالات، مما يتطلب وضع إستراتيجية لحمايتهم ومنحهم الحق في حرية التعبير دون ان يكونوا هدفا لجهة معينة.

4. الحق في الحفاظ على سر المهنة:

من الضمانات الأساسية لممارسة العمل الصحفي هو مبدأ الحفاظ على سرية المصادر أو ما يسمى بسر المهنة أو سر التحرير، الذي يعني حق القائم بالاتصال في عدم الكشف عن مصادر معلوماته، والذي يساعد القائم بالاتصال في الكشف عن الفساد والانحرافات في المجتمع، فاحيانا يعطي المصدر معلومات مهمة ولكن بشرط ان لا يتم الكشف عن هويته لانه قد يتعرض إلى الاضرار[1].

وتنص القوانين والتشريعات الإعلامية على ان سر التحرير حق والتزام في الوقت نفسه، يطبقه القائمون بالاتصال بدافع حماية سمعتهم من خطر التحديات التي تهدد كفاءتهم وقدرتهم على نقل الخبر عن ذلك المصدر، وقد يحمي القائم بالاتصال مصدره بناء على طلبه أو لصالح الجمهور[2].

ويعارض البعض قانون حماية المصدر حتى لايساء استخدام هذا الحق في الاضرار بالصالح العام، لان حماية المصادر واخفائها قد تؤدي إلى تحريف المعلومات أو قيام بعض القائمين بالاتصال بنشر معلومات وادعاء انها وصلتهم من مصادر سرية إلى حد محاكمة القائم بالاتصال اذا رفض التصريح بمصادر معلوماته على أساس ان ذلك تحقير للمحكمة[3].

وتميل المجتمعات الديمقراطية إلى عدم وضع قيود على الممارسة الصحفية وتحوي قوانين لحماية سرية المصادر، وتتفاوت قوة الحصانة الصحفية من مجتمع إلى آخر، وهناك رأيان متعارضان حول سرية المصادر الصحفية وتعامل القائم بالاتصال معها، فالرأي الأول ينظر إلى هذه المصادر بقدر من الشك ويفضلون الحصول على المعلومات عن طريق مصادر تكشف عن نفسها والرأي الآخر: يبين ان المصادر السرية مهمة لانها تساعد الصحفي على كشف الفساد ولولا سريتها لأحجم المصدر عن الادلاء بمعلوماته التي تهم الصالح العام[4].

---

[1] أ.د. ليلى عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، مصدر سابق، ص238.

[2] هربرت سترنر، مصدر سابق، ص86.

[3] أ.د. جيهان رشتي، الإعلام والمجتمع، مصدر سابق، ص105.

[4] R. Holsingen, op. cit., PP. 288- 291.

ومن اجل ان يحمي القائم بالاتصال نفسه من المشاكل القانونية فيما يخص المعلومات السرية، يجب ان يتأكد من ان المصدر يحتاج حقيقة إلى الحماية، لان حماية المصدر احيانا يكون تستراً على جريمة إذ يؤكد أحد الصحفيين "ان هوية المجرمين قد تكون مصانة طالما هم (مبلغون للمعلومات) ولكن ليس إلى حد اذا كانوا "مذنبين ومدانيين""[1].

وما زال القائمون بالاتصال يحمون مصادر معينة، لانه بدون بعض المصادر لا يستطيع القائم بالاتصال العمل، و(جاك اندرسون)، كاتب عمود في واشنطن متخصص في نشر المعلومات السرية المستمدة من مصادر مسؤولة بيّن أنه "سوف تعطي حصانة للمصدر الجيد طالما بقيت المعلومات التي يقدمها لنا افضل من تلك المعلومات التي تعرفها عنه"[2].

5. الحق في المعرفة:

إن وسائل الإعلام ومنها الصحافة ثروة معرفية، وتكون مهمة القائم بالاتصال تقديم المعرفة والحصول عليها ايضا وليس تقديم الآراء عن الحقائق الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية التي تحدث في المجتمع، وذلك لتمكين الفرد والمجتمع من اكتساب المعرفة[3].

ظهر مبدأ الحق في المعرفة لاول مرة بعد الحرب العالمية الثانية عن طريق (كينت كوبر)، مدير عام وكالة الاسوشيتدبرس الأمريكية، وقد انتقد كوبر الرقابة الحكومية والحواجز التي تحول دون التدفق الحر للمعلومات، واكد على حق الأفراد بالمعرفة طالما ان الدستور يعطي الحق في التعبير والنشر بحرية[4] كما يجب على القائمين بالاتصال اظهار الاهتمام الواسع والمتزايد بالمعرفة التي تتطلبها عمليات التعليم والتنظيم والمشاركة واستخدام التقنيات الحديثة وكذلك توعية الكوادر التي تحتاج لها العمليات الإعلامية، فضلا عن كيفية إدارة الأفراد، وكيفية اتخاذ القرارات وصياغتها، وقدرة الاداء على معرفة استخدامات التقنيات الحديثة[5].

---

(1) مليفن مينتشر، مصدر سابق، ص161.

(2) مليفن مينتشر، مصدر سابق، ص148.

(3) د. عزي عبد الرحمن، الحق في الإعلام والاتصال (تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1994)، ص158.

(4) عبد الله خليل، مصدر سابق، ص123.

(5) أ.م.د. حميد جاعد محسن، إدارة المعرفة وإدارة الإعلام، مجلة تواصل، العدد 19، (هيئة الإعلام والاتصالات، تشرين ثاني، كانون الاولن 2007)، ص30.

ويصاغ بناءً على ذلك تعريف الحق في الإعلام كما يلي: "يرمز الحق في الإعلام في المجتمع كحق جزئي إلى الحق في الثروة المعرفية المتعلقة بالحاجات الفردية والمجتمعية والتفاعلات التي تحدث على المستويات السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية داخل المجتمع"[1].

وتوفر دساتير بعض الدول الحق الدستوري في الوصول إلى المعلومات التي بحوزة الحكومة، وتتيح مبدأ الاطلاع العام على الوثائق كلها ما لم يوجد تشريع يسمح باستثناءات عكس ذلك، وحتى في هذه الحالة لابد ان توازن السلطات بين المصلحة التي تعود على الصالح العام من كشف المعلومة والمصلحة التي تعود عليها من ابقائها طي الكتمان[2].

ولمعالجة اشكالية الحصول على المعلومات، لابد من معرفة واقع القائم بالاتصال الذي يتعامل مع المعلومات التي تعكس احداثا معينة إلى الإنتاجية الثقافية والمعرفية المتعددة فلابد ان يكون القائم بالاتصال كسب حرفته بالموهبة وصقلها بالتجربة والممارسة لذلك فالعمل الصحفي الناجح يحتاج إلى المعرفة بالقدر الذي يكون بامكان القائم بالاتصال ان يقدم اضافة، والمعرفة المطلوبة هي كل ما يرتبط بالموضوع المعالج من معلومات عامة وخاصة[3].

وعلى الرغم من ان بعض الدساتير لم تنص على مبدأ الحق في المعرفة الا ان هناك اعتقاداً لدى القائمين بالاتصال في الصحافة بوجود هذا الحق، بعدّه حقاً في اقتراب عامة الناس من معلومات الحكومة وسياساتها، ومراكز صنع القرار في المجتمع والصحافة تقوم بهذا الدور نيابة عن أفراد المجتمع[4].

وقد اثار مبدأ الحق في المعرفة العديد من المؤيدين والمعارضين له، ونجم عنه بعض المشكلات الأخلاقية والقانونية مثل مدى حق القائم بالاتصال في الاطلاع على معلومات الحكومة وحضور الاجتماعات الرسمية أو في المحاكمات والجرائم وأعمال القضاة[5].

---

[1] د. عزي عبد الرحمن، مسالة البحث عن منهجية بحث: اعادة النظر في نمط لاسويل، المجلة الجزائية للاتصال، العدد 2، (1988)، ص18.

[2] ساندرا كوليفر، دراسة تحليلة مقارنة لقوانين الصحافة في الديمقراطيات الاوربية وغير الاوربية، ترجمة: سهام عبد السلام، كراسات ابن رشد، (القاهرة: مركز القاهرة لدراست حقوق الإنسان، 1995)، ص136.

[3] محمد طلال، الاتصال في الوطن العربي، قضايا ومقاربات، (المقرب: الشركة المغربية للطباعة والنشر، 1993)، ص126.

[4] Ralph holsinger, media law (N.Y: random House, 1987), P. 292.

[5] حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، مصدر سابق، ص232.

ثالثا: الضمانات الاقتصادية:

تشمل هذه الضمانات الحفاظ على مستوى معيشي لائق للمهنيين وتنظيم حقوقهم المالية والوظيفية بما يمنع عنهم الظلم وتتضمن:

1. ضمانات خاصة بمستوى الاجور والعلاوات وتنظيم ساعات العمل والاجازات والانذار السابق على انتهاء الخدمة، فقد اشار مكتب منظمة العمل الدولي في جنيف إلى ان اهم القضايا التي تؤرق القائمين بالاتصال، هي مسألة الطرد من العمل دون اشعار مسبق فضلا عن قضية البطالة[1]. ودراسة اجريت على عينة من الصحفيين العراقيين عام 2000م اشارت إلى أن 85% من المبحوثين بينوا ان ما يتقاضونه من راتب لا يكفي لتغطية نفقاتهم الشخصية أو نفقات الاسرة[2].
2. ضمانات خاصة بالحصول على مكافآت نهاية الخدمة، وعلى الرغم من ان هذا الأمر يتم وفقا لاتفاقيات جماعية بين النقابات والإدارات الصحفية الا ان بعض الدول تعدها جزء من التشريعات الوطنية أو الإجراءات التنظيمية[3].
3. ضمانات خاصة بالاستقرار المهني، لا يجوز نقل القائم بالاتصال من عمله إلى عمل آخر رغما عن ارادته، مع ان بعض الدول تفرض منظماتها العقوبة أو الطرد على القائم بالاتصال الذي يرفض ان ينتقل إلى عمل أو مكان اخر تفرضه عليه المؤسسة التي يعمل فيها[4].
4. ضمانات خاصة بالحماية من الاضطهاد، حماية الصحفي من اضطهاد رؤسائه المباشرين في العمل، وقد يمتد هذا الحق إلى اشتراك القائم بالاتصال بإدارة جريدته أو في عملية اتخاذ القرارات فيها.

وتدخل ضمن الضمانات الاقتصادية أيضاً القوانين التي تتعلق بالاجازات الممنوحة للقائم بالاتصال سواء كانت اجازة اعتيادية أو مرضية، والحصول على التخفيض الذي يصل في بعض الاحيان إلى 50% فيما يخص أجور السفر والفنادق والمؤسسات السياحية، وعدم جواز

---

(1) رادي فاسيليف، الحالة الاجتماعية للصحفيين، (بيروت: مؤسسة بترا للطباعة والنشر، 1982)، ص125.

(2) عبد الامير مويت الفيصل، المخبر الصحفي في الصحافة العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة بغداد: كلية الاداب، 2000)، ص125.

(3) أ.د. ليلى عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، مصدر سابق، ص57.

(4) رادي فاسيليف، مصدر سابق، ص126.

ايقاف راتب القائم بالاتصال في حالة اتهامه بجريمة من جرائم الرأي دفعا للاضطهاد أو العنف[1].

[1] صابر فلحوط، سجاد الغزي، الاتحاد العام للصحفيين العرب: دراسة وثائقية، مصدر سابق، ص72.

المبحث الثالث
الأخلاقيات المهنية للقائم بالاتصال

أولاً: مفهوم الأخلاقيات المهنية للقائم بالاتصال:

تعرف الأخلاق بانها: "مجموعة المبادئ والنماذج السلوكية التي يتفق السواد الاعظم من الناس في مجتمع معين على اعتبارها المثل الاعلى لما يجب ان يكون عليه سلوك الأفراد، ويسهم في تحقيقها ما يستقر في الاذهان من مفاهيم عن الخير والشر والحق والباطل"[1].

اما الأخلاقيات المهنية تعرف بانها: "المبادئ والمعايير التي تعد أساسا لسلوك أفراد المهنة المستحب، والتي يتعهد أفراد المهنة بالتزامها"[2].

وتعرف أخلاقيات المهنة أو قيم الممارسة الصحفية بانها "مصطلح يشير إلى القواعد الواضحة للسلوك المهني في المؤسسات الصحفية والاتجاهات الفعالة والمتصلة بكل ما هو ملائم في أسلوب العمل الصحفي وانجازه"[3].

والصحافة كباقي المهن لها سلوكيات ومبادئ تعبر في محتواها عن العلاقات بين القائمين بالاتصال من جهة والعلاقات بينهم وبين جمهورهم من جهة ثانية، وبينهم من بين المجتمع من جهة ثالثة، وهذه السلوكيات والمبادئ قد تكون متعارفا عليها أو قد تكون مبادئ ومعايير نظمها التنظيم النقابي للمهنة[4]. وقد وضع الخبراء في الإعلام أساسا أخلاقيا قيميا لممارسة العمل الصحفي يعبر عن وجود معايير سلوكية أخلاقية تنبع من المهنة ذاتها، ومن متطلبات نجاح العمل الصحفي التزام القائم بالاتصال بهذا النظام الأخلاقي المتفق عليه[5].

وقد تناولت لجنة (ماكبرايد) في تقرير حول مشكلات الاتصال مسالة أخلاقيات مهنة الصحافة واكدت ان الأخلاقيات تتقدم على باقي الاعتبارات، بعدها توجيهات ذاتية لقرارات القائم بالاتصال في المواقف المختلفة والمعضلات التي يواجهها اثناء العمل المهني، وحدد قواعد

---

(1) عبد الله خليل، مصدر سابق، ص26.

(2) رشيد عبد الحميد، محمود الحياوي، أخلاقيات المهنة، (عمان: دار الفكر للنشر والتوزيع، ط2، 1985)، ص9.

(3) د. سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، (الاسكندرية دار المعرفة الجماهيري، 1984)، ص275.

(4) د. محمد الباوي، الإطار التربوي لقضية الأخلاقيات المهنية في وسائل الاتصال الجماهيرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الأول، (جامعة القاهرة: 1997)، ص208.

(5) محمد سيد فهمي، الإعلام من المنظور الاجتماعي، (الاسكندرية: دار المعارف، 1984)، ص82.

لتنظيم السلوك المهني والذي تضمن عدم تحريف الحقائق والمسؤولية ازاء الرأي العام ومصالحه وعدم التعرض لحقوق المجتمعات القومية والعرفية والدينية والدولة والحفاظ على السلام[1].

ويتم تنظيم أخلاقيات القائم بالاتصال عن طريق مواثيق تكون على نوعين[2]:

1. مواثيق إجبارية أو الزامية: ويتم معاقبة من يخالفها من القائمين بالاتصال، ويدخل في هذا التأنيب أو الوقف المؤقت عن مزاولة المهنة.
2. مواثيق اختيارية: وتقوم على أساس رغبة القائمين بالاتصال ويلتزمون بتنفيذ ما جاء فيها اثناء ممارستهم العمل وتعد هذه المواثيق بمثابة تنظيم ذاتي لهم.

وتحدد أحياناً أخلاقيات القائم بالاتصال بـ (القوانين) التي تنطوي على صفة عقابية بحق القائمين بالاتصال الخارجين عن هذه القوانين، ومواثيق شرف المهنة التي تشكل اجماع ارادة القائمين بالاتصال ممثلا بتنظيماتهم المحلية والقومية، كميثاق الشرف الإعلامي العربي* ودستور اتحاد الصحفيين العرب في القاهرة، التي حظرت على القائم بالاتصال ما يأتي[3]:

1. استخدام أية واسطة أو أسلوب بقصد الربح غير المشروع.
2. الاساءة إلى سمعة المهنة الصحفية وافشاء اسرارها.
3. تجريح اعضاء الاسرة الصحفية.
4. تهديد المواطنين باي أسلوب من أساليب الصحافة.
5. زعزعة الثقة بالبلاد.
6. التصريح أو التلميح لما من شأنه أن يفيد جهة معادية.
7. استغلال وسائل النشر الصحفي للوشاية أو التشهير أو اتهام المواطنين.
8. استغلال العمل الصحفي للمنفعة الشخصية.

---

[1] تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال، اصوات متعددة وعالم واحد، (الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1981)، ص9.

[2] أ.د. ليلى عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، مصدر سابق، ص235.

* رتب هذا الميثاق الذي اقرته الجامعة العربية بتاريخ 14 سبتمبر 1978م التزامات على الحكومات العربية حيال العمل الصحفي والقائمين بالاتصال فقد تضمنت مواده ضرورة ان تكفل الحكومات العربية حرية الضمير المهني العاملين في الإعلام في المادة (12)، والمادة (13) ضرورة كفالة حرية تنقل الإعلاميين اما المادة (14) و(15) فقد اكدت حرية الانتقال وحق المؤلف للمزيد انظر: حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الصحفي، مصدر سابق، ص152- 153.

[3] المادة (25) من قانون نقابة الصحفيين العراقيين، انظر: د. وائل عزة البكري، تطور النظام الصحفي في العراق 1958- 1980، (بغداد: دار الشؤون الثقافية، 1994)، ص259.

9. اثارة غرائز الجمهور.
10. تضليل الجمهور ونشر الوقائع غير المؤكدة.
11. اقتباس أي اثر من اثار الغير من دون نص على اسم صاحبه.
12. نص المعلومات أو البيانات المغلوطة

ووضعت العديد من القوانين والوصايا التي صنفت الأخلاق المهنية التي يجب ان يتمسك بها القائم بالاتصال، وما يجب ان لا يقوم به الصحفي [1]:

1. الكذب على المصدر أو تهديده.
2. حذف الرأي الذي لا يتفق معه الصحفي.
3. استخدام الغش والخديعة للحصول على المعلومات.
4. فعل أي شيء يمكن ان يدخل ضمن تضارب المصالح، مثل كتابة الخطب السياسية لمرشح في الانتخابات.

ان الأخلاقيات والقيم المهنية تتمثل بامرين، احدهما: الموضوعية، أي تقديم المادة الصحفية أو البحث عن الحقائق والمعلومات بانصاف ودون تحيز، والاخر تقرير ما يستحق النشر على أساس قيم اخبارية تطبق بشكل متماسك، لا تتاثر للشبهة بالاعتبارات الربحية[2].

وتؤكد معظم مواثيق الشرف المهني في العالم على عدم التعرض لخصوصية الأفراد وعدم الاقتباس من اثار الغير وعدم الخلط بين العمل الصحفي والعمل الإعلامي القائم على الربح، وعدم التعرض للزملاء بالتجريح، والدفاع عن شرف المهنة[3].

وتستمد الأخلاقيات من مصادر متعددة مثل الاديان السماوية واقوال الفلاسفة والعادات والتقاليد، وهناك مبادئ أخلاقية للتعامل مع المواقف التي قد يتعرض لها القائم بالاتصال[4]:

1. مبدأ الوسطية: وتعني الاعتدال في اتخاذ المواقف، أي الموازنة بين واجبه ومسؤوليته الصحفية وبين أخلاقياته.

---

(1) د. احمد بدر، الصحافة الكونية: دراسات في الإعلام والاتصال الدولي، (القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، ط2، 2006)، ص200- 201.

(2) ادوارد اس. هيرمان، وسائل الإعلام والاسواق في الولايات المتحدة، بحث منشور في كتاب، الحق في الابداع: دور وسائل الإعلام الجماهيرية في التنمية الاقتصادية، (عمان: الاهلية للنشر والتوزيع، 2005)، ص103.

(3) د. السيد بخيت، العمل الصحفي في مصر سوسيولوجية الصحفيين المصريين، مصدر سابق، ص58.

(4) د. حسين نصر، د. سناء عبد الرحمن، مصدر سابق، ص275- 276.

2. مبدأ الصحة العامة: فما هو صحيح فيما يتعلق بالقائم بالاتصال يكون صحيحا للكل (فلسفة كانت)، أي ان يلتزم القائم بالاتصال بما يريد من غيره الالتزام به.
3. مبدأ الفائدة: يتضمن تحقيق اكبر فائدة لاكبر عدد من الأشخاص (فلسفة جون سيتوارت ميل)، ومعناه ان يضع القائم بالاتصال بعدّه صالحاً للمجموع الاكبر من الجمهور.
4. مبدأ المساواة: ويعني تحقيق العدل بمعاملة كل فرد دون تمييز وهناك قاعدة لاتخاذ القرار الأخلاقي في العمل الصحفي هي:

تحديد الموقف+ تحديد القيم المتضمنة فيه+ تحديد المبادئ الأخلاقية التي يجب اتباعها= التصرف

ويمكن اجمال أخلاقيات المهنة التي تتضمنها مواثيق الشرف الإعلامي في الجوانب الاتية*:

1. أخلاقيات خاصة بتعامل القائم بالاتصال مع مصادره.
2. أخلاقيات خاصة بتعامل القائم بالاتصال مع الجمهور.
3. أخلاقيات خاصة بالسياسة التحريرية للجريدة.
4. أخلاقيات خاصة بحقوق الزمالة.
5. أخلاقيات خاصة بعلاقة الجريدة بالمجتمع وقيمه وعاداته وتقاليده.
6. أخلاقيات الإعلان.
7. أخلاقيات ومعايير المستوى المهني للقائم بالاتصال.

وان أخلاقيات العمل الإعلامي تواجه مخاطر جسيمة في ظل التطورات التي تشهدها الساحة الإعلامية حاليا من عولمة ليبرالية تسعى إلى تكوين مجموعات إعلامية متعددة الجنسيات تجمع بيدها سلطة السياسة وسلطة الإعلام وسلطة المال، على الرغم من محاولة البعض لا يقاف هذا الزحف الإعلامي، وهذا يؤكد ان إعلام الدولة لم يعد وحده على الساحة إذ يتعرض الجمهور لصنوف من الاداء الإعلامي العربي والاجنبي بعضها يلتزم بأخلاقيات المهنة والبعض الاخر يحاول تدمير هذه الأخلاقيات.

وتعد المنافسة الصحفية عاملا رئيسا يحدد ماهية المبادئ الأخلاقية المهنية التي يمارسها القائم بالاتصال من اجل الحصول على السبق الصحفي فقد تضطر الجريدة إلى الطلب من

* للاطلاع على تفاصيل الجوانب انظر: أ.د. ليلى عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، مصدر سابق، ص237-245.

الصحفيين العاملين فيها التخلي ولو مؤقتا عن بعض الأخلاقيات، فيجد القائم بالاتصال نفسه مجبرا اما عن الخضوع أو التخلي عن عمله[1].

ونظرا للمسؤوليات الجسيمة للصحافة، وبسبب علاقتها المباشرة بحياة الناس، وقيم المجتمع فقد اصبح وجود القواعد الأخلاقية التي يجب ان يلتزم بها القائمون بالاتصال امرا جوهريا وحاسما ليس فيما يتعلق بالأداء المهني حسب، بل وفي وجود المؤسسة الصحفية ذاتها وديمومتها، اذ لا توجد مهنة في العالم مثل مهنة الصحافة في أخلاقياتها وفي قسوة الادانة الموجهة اليها[2].

ومن ضمن أخلاقيات المهنة الاستقلالية التي يكون فيها الصحفي ملزما ان يبتعد عن أية تأثيرات خارجية ويتجنب وجود أي تضارب بين مصلحته الخاصة والمصلحة العامة وفي هذا المجال تجد ان قانون المطبوعات والنشر العربي يحظر على الصحفي وعلى كل من يعمل بالصحافة ان يرتبط بعلاقة عمل مع أي جهة اجنبية[3].

---

(1) ديفيد راندال، مصدر سابق، ص220- 221.

(2) ليونارد راي تيل، رون تيلور، مدخل إلى الصحافة- جولة في قاعة التحرير، ترجمة حمدي عباس، (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1990)، ص160.

(3) زيد منير عبوي، فن الإدارة بالاتصال، (عمان: دار دجلة، 2008)، ص149.

ثانيا: الاركان الرئيسة للأخلاقيات المهنية للقائم بالاتصال

يمكن تحديد الاركان الرئيسة للأخلاقيات المهنية التي يجب ان يتصف بها القائم بالاتصال بما ياتي:

1. مراعاة حق الخصوصية:

هناك العديد من التعريفات لحق الخصوصية لكن الأساس الذي تدور حوله هو عبارة (لويس براندیز) القاضي في المحكمة العليا الأمريكية عام 1890م وهي حق الإنسان في ان يترك وحده، ويعني التمتع بحق الخصوصية ان يحتفظ كل إنسان باسراره التي يجب ان لا يطلع عليها الاخرون، ويعني عدم اعطاء امكانية لشخص ان يتحكم في حياة شخص اخر[1].

وقد تم توفير حماية تشريعية لحق الخصوصية في كثير من دول العالم، ووضعت حدود قانونية يجب على القائم بالاتصال ان لايتجاوزها اثناء بحثه عن المعلومات، وتجاوزها يؤدي إلى توجيه تهمة القذف أو السب طبقا لنوع المعلومات التي نشرها القائم بالاتصال[2].

ويعبر قانون حماية الخصوصية عن حزمة مكونة من اربعة اضرار لاربعة أنواع من الاهتمامات وتشكل هذه العناصر الاربعة "غزو الخصوصية" وتشمل هذه العناصر ما ياتي[3]:

1. الاقتحام المادي أو التطفل على الشؤون الخاصة أو السرية للأفراد.
2. الكشف العام لاسرار خاصة من شانها ان تربك حياة الشخص المتضرر.
3. وضع احد الأفراد تحت ضوء زائف بدون مبرر أو قيمة اخبارية.
4. الاستيلاء على اسم شخص أو صورة لتحقيق منفعة لشخص اخر.

ويتوقف الحق في الخصوصية اذا ما تعارض مع ما تقتضيه حماية مصالح المجتمع، ويكون النشر أو عدمه مبنياً على موازنة أمينة بين المصالح التي يمكن ان يحققها النشر مقابل المصالح التي قد يضر بها.

وينصب الجانب الأخلاقي في حماية الخصوصية على مهنة القائم بالاتصال للاسباب التالية[4]:

---

(1) د. محمد الصيرفي، الإعلام، (الاسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2009)، ص232- 233.

(2) حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، مصدر سابق، ص267.

(3) المصدر نفسه، ص286.

(4) د. محمد منير حجاب، الإعلام والموضوعية في القرن الحادي والعشرين، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2010)، ص265- 266.

1. القوانين المختلفة للبلدان الديمقراطية التي تتضمن احكاما صريحة تتعلق بحماية الخصوصية.
2. هناك حماية خاصة لوسائل الإعلام ضد قانون غزو الخصوصية.
3. وجود جهود قانونية تلتمس تحديد العلاقة بين الفرد والمجتمع.
4. ان حق الخصوصية التزام ديني في القرآن الكريم قبل ان تقره مواثيق حقوق الإنسان، قال تعالى: " لاَّ يُحِبُّ اللــه الْجَهْرَ بِالسُّوَءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلاَّ مَن ظُلِمَ"، " وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الاِسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُوْلَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ "، "يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا" صدق اللـه العظيم.

لذلك فان احترام الخصوصية مبدأ رئيس في الممارسة الصحفية تاكد عن طريقه ضرورة احترام القائم بالاتصال للحياة الشخصية وضمانات الخصوصية لكل مواطن، وعدم التورط في نشر ما يكشفها بدون ارادة صاحبها واذنه، ان الجمهور يبدو اقل رغبة من القائمين بالاتصال في قبول أي سلوك كان للكشف عن التصرفات الخاطئة، فقد اظهرت استطلاعات الرأي ان الناس ينظرون بعين الريبة إلى عمليات انتهاك الخصوصية مهما كانت أهمية القصة الاخبارية لهم، وهذه تعد احدى عوامل انخفاض مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور وافتقارها الموضوعية لاعتقادهم ان القائمين بالاتصال يعتدون على الحياة الخاصة[1].

وهناك من يرى ان احترام الخصوصية قد يتعارض مع حرية الإعلام في الحصول على المعلومات ويتعارض مع حق الجمهور في المعرفة، وهناك من يرى أيضاً ان حق الخصوصية ياتي ضد الطبيعة الاجتماعية للحياة الإنسانية من جانب، وضد المجتمع القائم على العلانية من جانب اخر، وضد المتطلبات الديمقراطية للنظام السياسي، ومن ناحية أُخرى هناك من يرى ان الصراع بين حرية التعبير وحق الخصوصية ينشأ من المبرر، الذي يستخدم للدفاع عن حرية التعبير فاذا كان المبرر هو للحصول على الحقيقة، فان حرية التعبير تفوق اهميتها حق

[1] د. محمد منير حجاب، الإعلام والموضوعية في القرن الحادي والعشرين، مصدر سابق، ص268.

الخصوصية، واذا كان المبرر هوان حرية التعبير ضرورة ديمقراطية فأن حق الخصوصية والمعلومات عن الحياة الخاصة لا تتعلق بشكل مباشر بالخطاب الديمقراطي[1].

اما فيما يتعلق بالشخص العام أو المشهور فهناك رأيان: الأول: يرى ان هناك مصلحة عامة في مرافقة الحياة الخاصة للشخص العام لان حياته ليست ملكا له وحده وتصرفاته فيها عنصر يعنيه وعنصر يعني المجتمع معه ولا يمكن الحكم عليه من غير معرفة حياته الخاصة[2]، والآخر: يرى ان الشخص العام أو المشهور له الحق في حماية خصوصيته وأسرته من الإفشاء كباقي الناس[3].

2: الحفاظ على سرية المصدر:

يعد الحفاظ على اسرار المصادر الصحفية وعدم الكشف عنها من اهم التقاليد الصحفية التي تم الاعتراف بها عالميا، ففي دراسة أجراها المعهد الدولي للجرائديين على عينة مكونة من 250 جرائديا ينتمون إلى 31 دولة اوضحت الدراسة ان الحفاظ على سرية المصادر يعد من اهم الأخلاقيات التي يجب ان يلتزم بها القائم بالاتصال[4].

وهناك رأيان متعارضان حول سرية المصادر الصحفية يتبنى الرأي الأول بعض خبراء الصحافة ويعتمد على ما يسمى المتاهة السياسية Political Lobyrinth، ويقصد بها انتقاء المصادر التي يمكن ان تفشي المعلومات الحكومية فاحيانا يستخدم المسؤلون الرسميون أسلوب المراوغة والتهرب من الادلاء بالمعلومات ومعرفة الصحفي للمصادر التي يلجأ اليها يعد من مهاراته الصحفية، وأصحاب هذا الرأي يفضلون اللجوء إلى مصادر تكشف عن نفسها واصحاب الرأي الاخر يرون ان المصادر السرية مهمة لانها تساعد الصحفي ووسائل الإعلام على كشف وتقديم الفساد والمساوئ والسياسات الخاطئة التي يمارسها المسؤلون، وانه لولا السرية لا حجم المصدر عن الادلاء بالمعلومات التي تهم الصالح العام في النهاية[5].

ويظل الوعد الذي يقطعه القائم بالاتصال على نفسه بعدم الكشف عن هوية المصدر يشكل مبدأ أخلاقيا مهماً في العمل الصحفي، ويزعم القائمون بالاتصال الذين يتم استجوابهم

---

(1) د. محمد الصيرفي، الإعلام، مصدر سابق، ص241- 242.

(2) جمال العطيفي، حرية الصحافة وفق تشريعات الجمهورية العربية المتحدة، (القاهرة: 1971)، ص127.

(3) حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، مصدر سابق، ص277- 278.

(4) سليمان صالح، ازمة حرية الصحافة في النظم الراسمالية، دراسة تحليلة نقدية للتجربة البريطانية، (القاهرة: دار النشر للجامعات المصرية، 1995)، ص87.

(5) حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، مصدر سابق، ص206- 207.

في المحاكم عن كشف سرية مصادرهم، انهم اذا فعلوا ذلك فقدوا ثقة المصادر مما يحد من نشاطهم وفعاليتهم[1].

وعلى القائم بالاتصال ان يحترم رغبة المصدر الذي يدلي بالمعلومات ويطلب عدم نشرها أو نشرها مع عدم ذكر المصدر واحيانا يحافظ القائم بالاتصال على سرية المصدر لاسباب تتعلق بارتباط المعلومة المقدمة بحقوق والتزامات، كما هو الحال مع وكالات الانباء، التي تبث رسائلها الاخبارية لقاء اتفاق أو اشتراك مسبق مع الوسيلة، تترتب عليه التزامات مادية، وفي ذلك مخالفة كبيرة لأخلاقيات العمل الصحفي، وقد يراد للمعلومة ان تمرر عمدا إلى جهة ما وهو ما يعرف بـ(التسريب)[2]. ويقوم القائم بالاتصال بتقييم هذه المعلومة بناء على مصداقية المصدر، ويجب أن يتأكد من دقة المعلومة والهدف من تسريبها.

3: حق الرد والتصحيح :

يعرف حق الرد بانه "حق الشخص في توضيح أو مواجهة ما قد ينشر في الجرائد ويكون ماسا به سواء بصورة صريحة أو ضمنية" ولحق الرد وجهان، الأول: نسبي، وهو حق كل شخص في التعليق على ما قد ينشر في الجريدة ويكون له في ذلك مصلحة، أما الآخر: فهو مطلق، وهو حق كل شخص في التعليق على ما قد تنشره الجرائد بصرف النظر عن توافر المعلومة له[3].

وقد يكون الخبر المنشور مفتقرا كله أو بعضه إلى الصحة فيوصف الرد في هذه الحالة بانه تصحيح، وينشأ حق التصحيح نتيجة لاعتبارات عديدة تتعلق بعدم تحري القائم بالاتصال الدقة في جمع المعلومات، أو حجب المعلومات من جانب السلطات أو تقديم معلومات منقوصة أو خاطئة، أو التجاوز في ممارسة حرية الرأي والتعبير، وقد تقتصر ممارسة حق التصحيح على التعليق أو التوضيح أو تمتد إلى الدعوى الجنائية والمدنية[4].

هناك الكثير من الدول التي تكفل حق الرد والتصحيح بواسطة القانون، ومع ذلك فان النصوص القانونية لم تنجح في كفالة التمتع بحق الرد للمواطنين، لذلك فان هناك رؤية تقوم على ان حق الرد لابد ان توفره وسائل الإعلام طواعية واختيارا للمواطنين وان القائمين بالاتصال لابد ان يلتزموا بحق الرد طواعية واختيارا انطلاقا من مسؤوليتهم الاجتماعية ومبادئهم الأخلاقية ودفاعهم عن حريتهم، ففي حالة توجيه أي نقد لاي شخص فان السلوك

[1] Holsinger, Ralphl, Media law, (N. Y.; Random house, 1987), PP. 256- 257.

[2] د. محمد منير حجاب، الإعلام والموضوعية في القرن الحادي والعشرين، مصدر سابق، ص238.

[3] جابر جاد نصار، حرية الصحافة- دراسة مقارنة، (القاهرة: دار النهضة العربية، 1994)، ص174- 175.

[4] د. محمد منير حجاب، الإعلام والموضوعية في القرن الحادي والعشرين، مصدر سابق، ص267- 268.

المهني الصحيح يتطلب افساح المجال له لنشر وجهة نظره، وهـذا يعنـي ان القـائم بالاتصـال يجب ان يطلب من الشخص أو الجماعة التي يوجه لها الاتهامـات الـرد، بشرط ان يعـدّ ذلـك دليلا على حسن النية من قبل القائم بالاتصال ودفاعا مقبولا في قضايا السب والقذف[1].

ولحق الرد والتصحيح خصائص هي[2]:

1. إنه حق عام مقرر لكل الأفراد بلا تمييز.
2. إن هذا الحق مقرر لصاحب الشأن وحده وهو حق مطلق.
3. إن هذا الحق مقرر لأصحاب الشأن سواء شكل ما تم نشره بشأنهم جريمة أم لا.

واذا كان حق الرد والتصحيح التزام أخلاقي يجب ان يتمسك به القـائم بالاتصـال ففـي الوقت نفسه يجب ان لا يتضمن الرد أو التصحيح مساس بكرامة القائم بالاتصـال أو بشـعوره أو مكانته الصحفية.

4: الموضوعية:

تعني الموضوعية في العمل الصحفي "التجرد والبعد عن الميول والهوى في انتقاء وعرض القصص الاخبارية واعطاء صورة متوازنة ومتكاملة عن الحقيقـة بـلا اهـدار أو تشـويه، وذلـك انطلاقا من مسلمة مؤداها، ان الخبر ملك القـارئ، بيـنما الـرأي ملـك لصـاحبه يصـوغه كيـف يشاء"[3].

وتنتهي الموضوعية باعطاء الرأي، فالرأي تعبير عن الـذات وهـي أثنـاء الموضـوع الـذي ينبغي ان يكون له وجود خارجي مستقل وهناك مقولة تؤخذ معياراً مهنياً تعبر عن الامانة في نقل الاخبار هي "الخبر مقدس والتعليق حر"[4] ويرى الـبعض الموضـوعية "انهـا حالـة ذهنيـة للقائم بالاتصال تتضمن جهدا واعيا بعدم اصدار حكـم عـلى مـا يـرى وعـدم التـاثر باحكامـه الشخصية السابقة أو تحيزاته الفكرية أو الدينية اوالعرقية القبلية، واسناد المعلومة لمصادرها، وبذل الجهد لعرض كل الآراء والأفكار بتوازن لا تحيز فيه"[5].

---

(1) د. محمد الصيرفي، مصدر سابق، ص278- 279.

(2) د. ليلى عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، مصدر سابق، ص182.

(3) عبد الفتاح عبد النبي، سوسولوجيا الخبر الصحفي، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1989)، ص66.

(4) د. لطفي ناصف، دراسات صحفية، الكتاب الثاني: الاخبار الصحفية صناعة سياسة فن، (القـاهرة: مطبعـة التيسير، 1988)، ص165.

(5) Reedgtl. Black, Taxonomy of concept in mass communication, (New york: Hastings house Publishens, 1975), P. 535.

نقلا عن محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية، رسـالة ماجسـتير غـير منشـورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1996)، ص3.

تنقسم الآراء حول الموضوعية على اتجاهين:[1]

1. الاتجاه الأول: الذي يرى ان الموضوعية مجرد خرافة لا سبيل إلى تحقيقها، لان القائم بالاتصال لا يمكنه ان يتخلى عن ثقافته وقيمه واتجاهاته أي انه يعمل وفقا لمعايير ذاتية حتى في عملية اختياره الأحداث وتفاصيلها وكذلك أثناء عملية الصياغة واختيار العناوين يتم بعيدا عن الموضوعية.
2. الاتجاه الآخر: الذي يرى ان الموضوعية هدف أو رغبة يمكن ان تتحقق من جانب القائم بالاتصال اذا اراد وسعى من اجل ذلك فيستطيع الوصول إلى درجة من الموضوعية تثبت انها مفهوم ذي معنى وليس خرافة، ويؤكد خبراء الاتصال ان الموضوعية قابلة للتحقيق عن طريق فصل الحقائق عن الآراء واستبعاد التأثير العاطفي من جانب القائم بالاتصال من اختيار الاخبار وصياغتها[2].

وهناك من يذهب إلى أبعد من هذين الرأيين ويؤكد ان الموضوعية تسبب الفشل والعجز لدى القائم بالاتصال وتكون مقيدة وتشجع السلبية لانها لا تساعد على الشرح والتفسير والتقصي ما وراء الاخبار وما وراء المعلومات التي يحصل عليها القائم بالاتصال فمثلا ما موقف القائم بالاتصال الذي ينقل معلومات من الرسميين الذين يعلم انهم يكذبون ولكنه غير قادر على ان يظهر معرفته بذلك، فالموضوعية مقصرة امام الشعب على حساب المؤسسات والحكومات التي تخدمها[3].

وتفرض الموضوعية على القائم بالاتصال ان يبتعد عن التحيز الذي قد يأخذ شكل العمل الدعائي والذي يظهر في شكلين[4]:

1. السيطرة الانتقائية: على المعلومات لمساندة وجهة نظر معينة عن طريق الحذف بمعنى اعطاء جزء من المعلومات بدلا من المعلومات كلها.

---

(1) حمدي حسن، الوظيفة الاخبارية لوسائل الإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1981)، ص60- 62.

(2) حسن عماد مكاوي: المسؤولية الاجتماعية وممارسة العمل الاخباري، مجلة بحوث الاتصال، العدد التاسع، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1993)، ص239.

(3) ميلفن مينتشر، مصدر سابق، ص34.

(4) د. جيهان احمد رشتي، الدعاية واستخدام الراديو والتلفزيون في الحرب النفسية، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1985)، ص54.

2. التحريف المتعمد للمعلومات، لخلق انطباع مخالف لما جاء في مضمون المعلومات الاصلية.

وهناك مجموعة من المستلزمات أو الاسس الضرورية التي ترتكز عليها الموضوعية وهي[1]:

1. التجرد، أي الابتعاد عن الذاتية والالتزام بالحياد والتوازن.
2. الارتكاز إلى الحقائق، والتأكد من صحة المعلومات من مصادرها الاصلية.
3. موقف القائم بالاتصال، يمكن للقائم بالاتصال اعطاء رأيه بشرط أن يستطيع القارئ تمييزه بسهولة وأن يبتعد عن اطلاق الاحكام.
4. الصياغة والمعالجة بموضوعية بعيدا عن هوى القائم بالاتصال.
5. تضارب المصالح، أن لا يضع القائم بالاتصال نفسه في موضع تدور حوله الشكوك في تضارب المصالح.
6. الاستقلالية، ان يكون القائم بالاتصال مستقلا عن توجيهات أية جهة حزبية أو خارجية تحاول الضغط عليه.
7. المسؤولية، أي يتحمل القائم بالاتصال مسؤولية المعلومات التي ينشرها.
8. العدالة، أي ان الجمهور متساوٍ امام وسائل الإعلام كذلك الابتعاد عن أساليب المبالغة والتهويل والاثارة الرخيصة.

وحفاظا على الموضوعية في الممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال تضمنت الكثير من مواثيق الشرف مبادئ عديدة منها[2]:

1. يلتزم القائم بالاتصال بحرية الصحافة واستقلاليتها، عبر منح الجمهور الخدمة المهنية والنشر الدقيق المنصف والمسؤول.
2. على القائم بالاتصال التحلي بالشجاعة والاستقامة والنزاهة فيما يتعلق بالضغوطات السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية.
3. على القائم بالاتصال الامتناع عن تغليب اعتبارات أو ارتباطات أو ولاءات أو مصالح على اعتبارات جرائدية مهنية.
4. على القائم بالاتصال عدم اهمال أو عدم نشر المعلومات التي لا تكون مقبولة لدى شريحة من المشاهدين.

---

(1) د. محمد منير حجاب، الإعلام والموضوعية، مصدر سابق، ص17.

(2) د. محمد منير حجاب، الإعلام والموضوعية، مصدر سابق، ص105.

5. على القائم بالاتصال الامتناع عن القيام بأية مهمة جديدة تتعارض مع أخلاقيات المهنة وقناعاته الشخصية.

والموضوعية من أخلاقيات المهنة الصحفية التي يجب ان يلتزم بها القائم بالاتصال وان لم يكن التزاما كاملا، لان هذا قد يكون صعباً في ظل الاوضاع السائدة التي تؤثر على العمل الإعلامي، وانما على قدر المستطاع لانه مع وجود اباطرة وسائل الإعلام المتحكمين في صناعة الاخبار، ومع سيطرة ظروف الحروب النفسية التي يشنها صناع الاكاذيب لتوجيه الرأي العام اصبحت مهنة التلاعب بعقول وقلوب الجماهير هي السائدة على حساب الموضوعية.

5: الدقة:

إن الدقة ركن مهم من أركان أخلاقيات العمل الصحفي لذا تلقى قبولا وتأييدا واجماعا من جانب الممارسين والباحثين على حد سواء، وتعرف الدقة بانها "سرد الخبر أو الرواية كما جرت دون تشويه بالحذف أو الاضافة أو التحريف"[1].

والدقة مكملة للصحة أو الصدق فقد يكون الخبر صحيحا ولكن لا تراعى الدقة في تحريره أو تقديمه مما يفقد من قيمته[2]، وبذلك فان الدقة تعني ان يكون الخبر متضمنا جوهر الحقيقة في الحدث مع التحديد من دون تهويل أو مبالغة حتى لا يكون الخبر عرضة للتأويلات أو التفسيرات الخاطئة[3].

كما ان الدقة تعني ضرورة ان يذكر الخبر الحقيقة الكاملة للحدث أو الواقعة دون حذف يخل بسياقها ويعطيها معنى أو تأثيراً مخالفا للحقيقة أو عكس ما كان يعطيه لو كان قد نشر كاملا أي دقيقا.

وعدم الدقة قد تأتي نتيجة السرعة أو الاهمال في الحصول على الخبر وكتابته والتعجيل بنشره دون تحري الدقة الواجبة، فالخبر غير الدقيق هو الخبر الناقص سواء جاء عن عمد أو نتيجة الاهمال والسرعة[4].

وتتطلب الدقة في القائم بالاتصال ان يحيل المعلومات التي لم يحصل عليها بشكل مباشر إلى مصدرها، وعدم اخفاء هوية المتحدثين الرسميين اذا كان واجبهم تقديم المعلومات للصحافة، وأن يرفض البيانات الصحفية أو الشهادات المكتوبة إلا اذا كانت تحمل اسم الجهة

(1) د.كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، (بيروت: دار الجبل، ط2، 1994)، ص13.
(2) د.فلاح كاظم المحنة، البرامج الاذاعية والتلفزيون، (بغداد: دار الحكمة 1988)، ص244.
(3) د. كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، (جدة: دار الشرق، ط2، 1988)، ص145.
(4) د. فاروق ابو زيد، د. ليلى عبد المجيد، فن التحرير الصحفي، مصدر سابق، ص81.

أو المسؤول الإعلامي المعني، والحذر من بث الاشاعات والمعلومات غير المؤكدة على انها حقائق والحرص على عدم نشر الاتهامات المسيئة التي تتعمد الضرر بالاخرين[1].

وتربط بعض المصادر بين العدالة والدقة، إذ يتطلب تحقيق العدالة افساح المجال للآراء المختلفة وتقديم المعلومات دون اغفال عناصر معينة وبامانة ودون خداع، واستخدام الحياد عند نقل الآراء وعند اقحام الآراء الشخصية[2].

6: المصداقية:

تعرف المصداقية بانها نوع من المعالجة المهنية والثقافية والأخلاقية للمادة الصحفية، بحيث يتوافر فيها أبعاد الموضوع كله، بطريقة متوازنة ودقيقة في عرض الموضوعات وفصلها عن الآراء الشخصية، التي ينبغي ان تعرض بوضوح وصراحة، وتتجرد من الاهواء والمصالح الخاصة بحيث تتسق مع الآراء الأُخرى التي تطرحها الجريدة أو يطرحها القائم بالاتصال في وقت اخر أو موضع اخر في إطار من التعمق والشمولية، يراعي علاقة الخاص بالعام، شرط ان تعكس هذه المادة اولويات الاهتمام عند الجمهور[3].

وتشمل مصداقية القائم بالاتصال ما ياتي[4]:

1. عدم التسرع في نشر الحقيقة.
2. العمل لصالح الحقيقة، وليس لصالح الحكومة أو الجريدة.
3. نشر الحقائق بطريقة مباشرة، وليس بالاشارة أو التلميح.
4. مراعاة العرف والتقاليد في نشر الحقائق.
5. عدم المساس بالحياة الشخصية للاخرين.
6. البعد عن الأخبار الكاذبة والملفقة.

يتفق أغلب دارسي الاتصال ومتخذي القرار الاتصالي والسياسي على ان مصداقية الاتصال بصفة عامة والجماهير بصفة خاصة هي مكون أساس لنجاح عملية الاتصال، وانها إحدى المعايير المهمة المميزة بين وسيلة اتصال وأُخرى، ومعرفتها وتبيين ابعادها ومكوناتها وأساليب قياسها لازم لكل اطراف عملية الاتصال ولاسيما للقائمين بالاتصال.

---

[1] د. محمد منير حجاب، الإعلام والموضوعية في القرن الحادي والعشرين، مصدر سابق، ص110.

[2] حسن عماد مكاوي، نظرية المسؤولية الاجتماعية وممارسة العمل الاخباري، مصدر سابق، ص238.

[3] د. محمد منير حجاب، الإعلام والموضوعية في القرن الحادي والعشرين، مصدر سابق، ص351.

[4] المصدر نفسه، ص352- 353.

ويقول الصحفي الأميركي (جون هوتنبرغ) (ان دور الصحفي هو شيء أكثر من جمع وارسال الانباء واراء اليوم، لانه في جميع ما يفعله يقول ويكتب وعليه أيضاً ان يبحث عن الصدق)[1] وينبغي للقائم بالاتصال ان يتمتع بدرجة عالية من المصداقية لكي يقبل أفراد الجمهور على الاستماع إلى ما قوله، مع استعدادهم للاقتناع اذا تهيات الظروف الأُخرى المكملة للعملية الاتصالية ولكي تتحقق هذه المصداقية ينبغي ان يكون القائم بالاتصال خبيرا متخصصا في المجال الذي يتكلم فيه، كما ان ثقة القائم بالاتصال في نفسه فضلا عن مركزه الاجتماعي ومهاراته في مجال الاتصال والاقناع تتيح له التأثير على الجمهور الذي يصبح مستعدا لتصديق ما يقول[2]:

"ان الصحفيين في العالم الثالث يواجهون مشكلة المصداقية، فحتى اذا كانوا جرائديين متمسكين بالأخلاق ممن يحدوهم الامل في كتابة تقارير دقيقة عما يدور ويحدث، فان الجمهور قد يعد الصحفي مفتقرا إلى الثقافة والتجربة وميالا إلى قبول الرشاوي أو انه يبيع لمن يدفع أكثر ثم تتحول مشكلة مصداقية وسائل الإعلام لتصبح مشكلة تتعلق بالمصداقية الشخصية فيما يتعلق بالصحفي وإذا لم يثق إنسان في صدق جريدة أو اتزانها فلن يثق في الصحفي الذي يعمل فيها)[3].

7: الفصل بين الخبر والرأي:

يجب ان يدرك القائم بالاتصال الفرق بين الخبر والرأي، فالخبر يتطلب ذكر الحقيقة ولا يتحمل أكثر من هذا، أما الرأي فهو الحكم أو التعليق الذي يعبر عن رأي صاحبه في بعض الامور المعروفة وغير المعروفة للقارئ وله ان يقتنع بهذا الرأي أو يرفضه[4].

وتحرص بعض الجرائد على الفصل بين الخبر والرأي عن طريق تخصيص صفحة أو باب للرأي أو نشر الرأي تحت الخبر نفسه مطبوعاً ببنط مختلف وتحت عنوان ظاهر ينبه القارئ ويستثنى من هذه القاعدة الرأي الذي ينقل من مصدر المعلومات فتصبح الجريدة مجرد ناقل لهذا الرأي[5].

---

[1] جون هوثنبرغ، الصحفي المحترف، ترجمة: ميشيل تكلا، (القاهرة: مؤسسة سجل العرب، 1982)، ص26-27.

[2] علي عجوة، مقدمة في وسائل الاتصال، مصدر سابق، ص20.

[3] البرت هستر، مصدر سابق، ص30.

[4] عبد الفتاح عبد النبي، مصدر سابق، ص105.

[5] خليل صابات، وسائل الاتصال، نشاتها وتطورها (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ط5، 1987)، ص342.

ولابد للقائم بالاتصال التمييز بين ما هو خبر يصف حقيقة واقعه وبين ما هو رأي أو مفهوم عقلاني منحدر من رأي شخصي لان الخلط بين الخبر والرأي صار قاعدة في العديد من وسائل الإعلام[1]، وانه من الصعوبة في بعض الاحيان فصل الخبر عن الرأي وان كان خلط الاثنين يتم بأسلوب يتسم بالمناورة الاخبارية والدهاء المهني.

ان العمل الصحفي احيانا يتطلب ان يتضمن الخبر الرأي الذي ياتي على شكل تفسير وتحليل لبعض الاخبار التي تبدو غير واضحة للجمهور وغير ذات دلالة ما لم تقدم لها خلفيات تاريخية أو شرح لبعض المصطلحات وتفسيرها، فعلى الرغم من أهمية الحقائق كأساس للاخبار الا انها بحاجة إلى تفسير وياتي هذا ضمن الوظيفة التفسيرية التي تعد متممة للوظيفة الاخبارية[2].

وعموما فان القائم بالاتصال وهو يقدم المعلومات والحقائق والاخبار للجمهور أو هو يفسر ويعلق عليها لابد ان ينعكس شيء من داخله فيها وهو ليس حرا يفعل ما يشاء وانما مقيد بأساس وضوابط وعليه ان يتوقع النتائج غير المرغوب بها ويتجنبها وأما النتائج المرغوب فيها على المدى البعيد فهي التي ينبغي ان يخطط لها ويضعها في حسبانه [3].

والابتعاد عن الخلط بين الخبر والرأي لا يتطلب من القائم بالاتصال ان يلم بالقوانين الدولية كلها بل يكفي ان يلتزم بالقواعد الصارمة والبسيطة للخبر الصحفي، وهي قواعد تتعدد صياغاتها وتقترب في المعنى، بدءا من "الخبر للقارئ والرأي للكاتب" و"الخبر حر والرأي مسؤول"[4].

8: الفصل بين المادة التحريرية والمادة الإعلانية:

يؤكد الباحثون وخبراء الإعلام ضرورة ان يميز الإعلان عند نشره عن غيره من المواد التحريرية بعلامة واضحة، لاسيما فيما يتعلق بالإعلانات التي تتخذ صورة إعلانات تحريرية، والتي قد يؤدي نشرها بغير اشارة إلى طبيعتها كإعلان إلى اعتقاد القارئ بان الإعلان يعبر عن رأي الجريدة، واغفال الجريدة لهذه الاشارة يمكن ان يكون لها اثر في تقرير مسؤوليتها كما انه يعد خرقا لما تفرضه اداب مهنة الإعلان[5].

---

[1] د. محمد منير حجاب، الإعلام والموضوعية، مصدر سابق، ص314.

[2] حمدي حسن، مصدر سابق، ص71.

[3] محمد منير حجاب، نظريات الإعلام الإسلامي، (القاهرة: الهيئة العامة للكتاب، 1982)، ص36.

[4] د. محمد منير حجاب، الإعلام والموضوعية مصدر سابق، ص319.

[5] جمال العطيفي، آراء في الشرعية والحرية، (القاهرة: الهيئة العامة للكتاب، 1980)، ص137- 138.

ويقـول خبـير الصـحافة الأمريكيـة (جـون هـوتنبرغ) عـن تغلغـل الإعـلان إلى المـادة التحريرية التي تنشرها الجرائد انه "اذا تحولـت مؤسسـة اخباريـة إلى مؤسسـة إعلانيـة فانهـا سرعان ما تسمح لنفسها بـان تسـتغلها الاغـراض الخاصـة فتخـون الامانـة وتـرى نفسـها وقـد اصبحت ضعيفة ولا تستحق الثقة بها"[1].

الا ان البعض يحبـذ الإعلانـات التحريريـة إذ ان قضـية خلـط المـادة الإعلانيـة بالمـادة الخبرية كانت ولا تزال محل خلاف مهني بين انصار الممارسة الاخبارية النقيـة وخـبراء الإعـلان والدعاية ممن لا يرون في هذا الخلط أي إحساس بالاداء المهنـي لوسـائل الاتصـال ومـن بينهـا الصحافة، حتى ان عالم الاتصال الأمريكي (مارشال ماكلوهـان) يـرى ان "الإعلانـات مـا هـي الا اخبار" و"ان عيبها دائما اخبار سعيدة وللاحتفاظ بالتوازن لابـد ان تـنشر العديـد مـن الاخبـار السيئة"[2].

---

[1] جون هوتنبرغ، مصدر سابق، ص28.

[2] مارشال ماكلوهان، كيـف نفهـم وسـائل الاتصـال، ترجمـة: خليـل صـابات (القـاهرة: مؤسسـة فـرانكلين، 1975)، ص234.

الفصل الثالث

الخصائص المهنية للقائم بالاتصال والضغوط التي يتعرض لها

المبحث الأول: الخصائص المهنية للقائم بالاتصال.

المبحث الثاني: الضغوط المهنية والذاتية للقائم بالاتصال.

المبحث الثالث: ضغوط البيئة والعوامل الفاعلة فيها.

الفصل الثالث
الخصائص المهنية للقائم بالاتصال والضغوطات التي يتعرض لها

المبحث الأول
الخصائص المهنية للقائم بالاتصال

أولا: الكفاءة المهنية:

يمكن تعريف المهنة أنها: (عمل يشغله العامل بعد ان يتلقى دراسة نظرية كافية، وتدريبا عمليا في مراكز او مدارس او الجامعات فالمهنة تتطلب مجموعة من المهارات والمعارف النظرية والقواعد التي تنظم العمل بها)[1].

ومن شروط الأهلية للمهنة تسليم العمل للقائم بالاتصال الذي يستطيع المحافظة فيه على مستوى معين من الإنتاج.الجودة العالية باقل صرف ممكن للطاقة، بحيث يبقى متكيفا مع عمله وهناك أربعة شروط أساسية في الأهلية للمهنة هي:[2]

1. الطاقات والقدرات.
2. الكفاءة المهنية.
3. الصفات الشخصية.
4. الاهتمام.

ولأن مهنة الصحافة لها خصوصيتها التي تميزها عن باقي المهن فمن الطبيعي ان يكون العاملون في هذه المهنة يمتلكون الكفاءة والإبداع الضروري للقيام بالمهام المنوطة بهم على اكمل وجه، فان تأثير المادة الصحفية المقدمة إلى الجمهور يتوقف على مدى قدرة القائم بالاتصال على صياغة المعلومات التي يجمعها، وبما يملكه من مهنية يستطيع ان يضيف بعدا جديدا للموضوعات التي يتناولها فعلى ضوء ما يتمتع به من قدرة وكفاءة في الأداء يتحدد مصير عملية الاتصال التي تقوم بها الجريدة لذلك لابد من توافر صفة الإبداع عند القائم بالاتصال كي يكون كفوءاً في عمله وهذا الإبداع يمكن تحديد ابرز مستلزماته على النحو الآتي:[3]

---

[1] رشيد حميد، محمد الحياوي، أخلاقيات المهنة، (عمان دار الفكر للنشر والتوزيع، ط2، 1985)، ص9.

[2] المصدر نفسه ص54، 55.

[3] د. اديب خضور، ازمة إعلام ام ازمة انظمة، مصدر سابق، ص163-162.

1. الفهم العميق للواقع الموضوعي، ويتضمن امتلاك الأساس الفكري والنظـري والمعـرفي الذي يمكن الصحفي من فهم القوانين وادراك خصوصية المرحلة وطبيعتها.
2. المعرفة بسياسية الناشر، وادراك مواقفه ازاء الظواهر والاحداث المختلفة.
3. ادراك خصوصية الجرائد كوسيلة إعلامية.
4. الاستيعاب الكامل لنظرية الأنواع الصحفية ومعرفة خصائصها.
5. دراسة الجمهور المستهدف، ومعرفة مسـتواه التعليمـي والثقـافي وهمومـه وموافقـة وادائه.

ويجب ان يتصف القائم بالاتصال بـ(حاسة شم الاخبار) التي تعني المقدرة على معرفة الإمكانيات الاخبارية في المعلومات، والتي تتضمن ايضا:

1. المقدرة على معرفة المعلومات التي يمكن ان تصاغ وتقدم بحيث تكون مثيرة لاهتمام القراء.
2. المقدرة على معرفة الاشارات،التي قد تكون عرضية ولكنها تؤدي إلى اخبار مهمة.
3. المقدرة على معرفة الأهمية النسـبية لعـدد مـن الحقـائق المتعلقـة بالموضـوع العـام نفسه.
4. المقدرة على معرفة امكانية الاخبار الأُخرى المتعلقة بالمعلومات الخاصة المتوافرة[1].

كذلك فان (شم رائحة الأخبار) من الصفات التـي يجـب ان تتـوافر في الصـحفي الـذي يسعى إلى تفسير الاخبار والاحداث[2].

ويحدد البعض الخصائص المطلوبة في القائم بالاتصـال بانهـا حـب الاسـتطلاع، ومرونـة الشخصية وان يكون له عقل واع وذو قدر واف من الثقافة وان يكون قادرا على الحصول على المعلومات والبحث ويضيف إلى ذلك شعوره بالمسؤولية تجاه مجتمعة[3].

ويمكن القول إن ابـرز السـمات التـي يتحـدد عـن طريقهـا كفـاءة القـائم بالاتصـال في الصحافة هي:[4]

1. الموضوعية: إذ ينبغي ان يلتزم القائم بالاتصـال بالموضـوعية ويبتعـد عـن الذاتيـة في موضوعاته الصحفية عـن طريـق التزامـه بالامانـة في جمـع المعلومـات وعنـد كتابـة

---

[1] كورتيس ماكدوغال، مبادئ تحرير الاخبار، ترجمة: اديب خضور،(دمشق، ط5، 2000)،ص 19.

[2] كورتيس ماكدوغال، مبادئ تحرير الاخبار، المصدر السابق، ص22.

[3] د. تيسير ابـو عرجـة، دراسـات في الصـحافة والإعـلام، (عـمان: دار مجـدلاوي للـنشر والتوزيـع، 2000)، ص140.

[4] د.تهامة الجندي، الإعلام العربي: قلق الهوية وحوار الثقافات،(دمشق: نينوى للدراسـات والـنشر، 2005)، ص159- 160.

الموضوعات الإعلامية، بحيث لا يضيف معلومات خاطئة او غير مؤكد وان يفصل الرأي عن حقيقة الموضوع[1].

2. المصداقية: حددها البعض بانها المدى الذي يتم فيه رؤية القائم بالاتصال على انه خبير ويعرف المعلومات الصحيحة، والمدى الذي يتم فيه الحكم على القائم بالاتصال على انه يتصل مع الاخرين بثقة، وإنّ مصداقية القائم بالاتصال تتطلب ان يملك عوامل محددة منها التدريب والتجربة والذكاء والاحترافية في العمل الصحفي[2].
3. الديناميكية: وتعني السرعة في جمع المادة الصحفية والحيوية في عرضها بأسلوب مهني محترف.
4. الإبداعية: وتعني ان لا يتم نقل الواقع بشكل اعتباطي، او وفق قوالب جاهزة وجامدة بل يجب ان يكون هناك تفاعل بين الخصوصية والابتكار يتحقق في عملية النقل والصياغة ويمكن تحديد ابرز سمات الإبداع في العمل الصحفي بما يأتي[3]:
   أ- الجدة في معالجة المادة الصحفية ورصد التغيير في الموضوعات المختلفة.
   ب- الدورية في العمل الصحفي وارتباطه بمواعيد محددة وضرورة انجاز العمل في وقت محدد.
   ج- الدقة في جمع المعلومات قيمة مهمة في الإبداع الصحفي.
   د- العامل الذاتي وما يتركه من بصمة واضحة على المادة الصحفية، وهنا يعني العامل الذاتي في التكوين الفكري والعاطفي للقائم بالاتصال وعواطفه وانفعالاته.

5. التتابع والانتظام والتنسيق: بمعنى معاينة مكونات الواقع باستمرار وبالقدر نفسه من الاهتمام، والتنسيق فيما بينها مع اعطاء الاولوية دوما للمستجدات.
6. الصلاحية والقدرة الاتصالية: ان أية معلومة معدة للنشر في الجريدة تتطلب من القائم بالاتصال ثلاث قيم: هي القيمة المعرفية والتي تتوقف على مدى معرفة الصحفي بعمله المحدد كاحتراف وتخصص، والمعرفة بالموضوعات والأساليب التي تجعل القائم بالاتصال قادرا على تقديم موضوع يهم القراء، المعرفة بالصحافة وتاريخها ومهامها، المعرفة العامة التي تدعم الوظيفة الصحفية والقيمة الجمالية المتعلقة بالأسلوب الذي

---

[1] موفق عبد المجيد، النشر المكتبي والنشر الالكتروني، (الكويت: منشورات ذات السلاسل، 1995)، ص96.
[2] Alex tan, Mass communication theories & Research column 6us, (cohaio: Gidpublishing, 1981) P. 104- 105.
[3] د. اديب خضور، ازمة إعلام 100م ازمة انظمة، مصدر سابق، ص 159-160.

تطرح عبره المعلومة، أما القيمة التقنية أي ان تتوافر لدى القائم بالاتصال المهارات والقدرات الاتصالية الضرورية المتعلقة بالوسيلة الإعلامية التي يستخدمها[1].

وهناك رأيان في الكفاءة المهنية للقائم بالاتصال أو الإمكانات الصحفية التي يجب ان يمتاز بها، الاول يرى ان هذه الكفاءة هي تعبير عن الموهبة والتي تظهر في الرغبة في العمل الصحفي، والآخر: ان هذه الكفاءة تكتسب عن طريق التعلم والدراسة والتدريب[2].

وهناك رأي اخر يقول الكفاءة المهنية التي يتمتع بها القائم الاتصال ترتبط بشكل كبير بالقدرات الاتصالية التي تملكها المؤسسة الصحفية التي يعمل بها من إمكانات مادية ومعنوية ضرورية للإبداع الصحفي[3].

ويلاحظ في بعض الجرائد سواء أكانت جرائد أم مجلات عدم الاهتمام الكافي بالكفاءة المهنية التي يمتلكها القائم بالاتصال وذلك لأسباب مادية أو عدم المغامرة بالصرف على التجديد حتى ان الجرائد قد يديرها جرائديون غير محترفين ولايملكون الكفاءة الضرورية لاداء العمل الصحفي مما يشيع أمية جرائدية وفوضى فكرية.[4]

ويرى المهتمون بالجانب النفسي ان القائم بالاتصال يرغب في ممارسة العمل الذي يتوافق مع قدراته مما يحقق اشباعا داخليا له يكون بمثابة الحافز الذي يشجعه على المثابرة والانجاز كي يحقق الشعور بالكفاءة في العمل، وحددوا مدخلين لدراسة الشعور بالكفاءة المهنية هما:[5]

1. مدخل الدافعية والحاجات النفسية: إن الفرد في حاجة لتحقيق ذاته عن طريق استخدام قدراته ومهاراته في محاولة تحقيق اكبر قدر ممكن من الانجازات التي تسره، فالإبداع المهني من الحاجات التي يسعى القائم بالاتصال إلى اشباعها عن طريق ممارسة العمل الذي يستطيع الإبداع فيه.

---

(1) أ.د. محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط3، 2003)، ص 171.

(2) عزيز السيد جاسم، مصدر سابق، ص35.

(3) دان كاسبر، بيهيل ليمور، بانوراما الإعلام الاسرائيلي: والصراع بين مؤسسة الميديا والمؤسسة السياسية والمؤسسة الاجتماعية ترجمة:د. احمد المغازي، (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 2007)، ص42.

(4) د.احمد عبد الملك، قضايا إعلامية، (عمان: دار مجدلاوي للنشر، 1999) ص 203.

(5) فاكهة جعفر محمد،صراع الدور وعلاقته بالشعور بالكفاءة المهنية لدى المراة اليمنية العاملة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة بغداد: كلية الاداب، 2002)، ص47-51.

2. مدخل التوافق المهني: التوافق يعني قدرة القائم بالاتصال على التلائم مع بيئة العمل، والتوافق المهني هو درجة امتلاك الفرد لمجموعة من القدرات والخصائص الشخصية التي تجعله يتلاءم مع مهنته.

ولان الكفاءة المهنية عندما تتوافر في القائم بالاتصال فانها تؤدي إلى نجاح العمل الصحفي، فقد وضعت نظريات للنجاح المهني تفسر سلوك القائم بالاتصال من اجل تحقيق النجاح المهني وهذه النظريات هي:

1- نظرية الكفاح من اجل التفوق:

وضع هذه النظرية (ادلر) الذي يرى ان الإنسان تحركه توقعاته للمستقبل أكثر من خبراته الماضية، لذلك فالكفاح من اجل التفوق يظهر بطرق عدة منها السعي إلى النجاح المهني الذي يعني اتمام الشخص للمهام الموكلة له بشكل جيد.[1]

2- نظرية التوقع:

وضعها (فروم) عام 1964م والتي يرى فيها ان النجاح في العمل او عدمه هو نتيجة لموازنة الفرد بين ما يتوقع الحصول عليه من فائدة نتيجة العمل وبين ما يحصل عليه من مكاسب، وتقوم على فرضية ان النجاح تحدده قوى نابعه من داخله ومن البيئة ويختلف الأشخاص فيما يريدون من المؤسسات التي يعملون فيها[2].

3- نظرية الحاجة للانجاز:

ترى هذه النظرية التي وضعها (ماكيلاند)عام 1976م إن عوامل النجاح داخلية ذاتية تتصل بالقوى والرغبات، ومنها الرغبة بالانجاز والإبداع، فيميل الأشخاص إلى الأعمال التي فيها درجة من التحدي وتزودهم بمعلومات عن نجاحهم يمكن ان يتفاخروا بها فيبذلون جهودا حتى وان لم يرتبط عملهم بمكانة او منفعة مادية[3].

---

[1] هول. ولندزي.ج، نظريات الشخصية، ترجمة: فرج احمد وقدوري حمودي، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للنشر والتاليف، 1969)، ص167.

[2] أحمد صقر عاشور، إدارة القوى العاملة، (القاهرة: الدار الجامعية، 1986)، ص32.

[3] حمد زويلف القريوني، المفاهيم الحديثة في الإدارة والنظريات والوظائف، (عمان: المكتبة الوطنية، 1993)، ص46

4-نظرية المشاركة في تحديد الأهداف:

ووضعها (لوك) عام (1968م) مفادها ان نجاح الفرد في عمله داخل المؤسسة هو ناتج عن طبيعة عمله وتقدير المؤسسة له وكلما زاد من اخلاصه ازدادت المؤسسة في تقديره وانه يمثل حاله عاطفيه ناتجة عن قيم المهنة او الخبرات المهنية للفرد[1].

ثانيا: الرضا المهني:

للرضا المهني أهمية كبيرة لكل من القائم بالاتصال والمؤسسة الصحفية التي يعمل فيها لأنه احد العوامل المحددة لكفاءة اداء القائم بالاتصال ومن الخصائص المهنية الضرورية التي يجب ان يمتاز بها القائم بالاتصال كي يستطيع الإبداع في عمله الصحفي.

فالرضا المهني هو مفهوم سلوكي يقيس مدى تقبل القائم بالاتصال لوظيفته من جوانبها جميعها، ومن ثمّ تعكس درجة سعادته واستقراره فيها، وما تحققه له الوظيفة من اشباع لحاجاته المتعددة التي يرغب في ان يشبعها قياسا بادائه لوظيفته[2]. ويتمثل لدى القائمين بالاتصال في مشاعرهم واتجاهاتهم نحو المهنة التي يزاولونها، اذ يؤدي رضا القائم بالاتصال عن وظيفته إلى الانسجام مع فريق العمل في حين يؤدي عدم الرضا إلى نقصان رغبته في العمل[3].

ومن الرضا المهني يشعر القائم باتصال بصورة ايجابية أو سلبية تجاه مجالات عمله الصحفي المختلفة[4]. وهذا المفهوم متعدد الابعاد وهي:[5]

1. الرضا بعلاقات العمل: إذ يتعامل القائمون بالاتصال مع المحيط الخارجي عن طريق احساسهم الذاتي داخل الجماعة، فقد يتأثر بآراء الزملاء في بعض جوانب عمله الصحفي، وسبب اهتمام القائم بالاتصال باراء الزملاء في عمله لان التقييم والثناء

---

[1] Lock, what is sat is faction, (organization behavior and human: behavior), P. 155.

[2] سعد علي العنزي، الرضا الوظيفي والأداء في شركة التامين الوظيفة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة بغداد / كلية الإدارة والاقتصاد، 1985)ص 24.

[3] د. احمد محمد العيد بن دانية، د. محمد محمود الشيخ حسن، علاقة الرضا الوظيفي والتكليف الدراسي بدافعية الانجاز إلى المعلمات والطالبات في الانتساب الموجه بجامعة الامارات العربية المتحدة، (المجلة التربوية العدد (64)، المجلد الثاني عشر، 1998)،ص 201

[4] John r. Sehermer Horn, Management and Organizational Behavior, (New York, 1996), P. 164.

[5] ناصف عبد الخالق، الرضا الوظيفي واثره على إنتاجية العمل، المجلة العربية للإدارة، (العدد الاول، السنة السادسة، 1982)، ص25.

الذي يحصل عليه عقب اداء عمل مميز ياتي اولا من الزملاء قبل جمهور القراء[1] كما ان أسلوب عمل الزملاء يؤثر في القائم بالاتصال فيعدل من أسلوب عمله الصحفي عن طريق الاقتداء بذوي الخبرة، وروح المنافسة تؤثر ايجاباً في رفع كفاءة القائم بالاتصال وتكون دوافع التنافس مختلفة منها كسب رضا المؤسسة أو تحقيق السبق الصحفي أو نيل رضا القراء أو الحصول على مكافاة نقدية[2]. ولذلك فان رضا القائم بالاتصال من علاقات العمل داخل المؤسسة الصحفية التي يعمل فيها يؤثر بشكل كبير على ادائه وإبداعه في العمل.

2. الرضا بسياسات العمل: وسياسة العمل هنا تشمل سياسات الاجور والمكافأة والترقيات والتأمينات والمشاركة في اتخاذ القرار، فللاجر والحوافز دور ايجابي في تحقيق الرضا عن العمل لأنه يشبع حاجات القائم بالاتصال واسرته فكلما كان الاجر عالياً كان الرضا اكبر[3]، لان اشباع الحاجات المادية يعطي شعورا بالامن ويرمز للمكانة الاجتماعية كما ان فرص التقدم والترفيع في العمل تحقق الرضا لدى القائم بالاتصال وتمنحه شعورا بفائدة مهنته الصحفية، وان التذبذب في الاجور من ارتفاع وانخفاض أو الفجوات الكبيرة في اجور القائمين بالاتصال تؤدي إلى ضعف الرضا المهني لديهم وانتشار الرشوة والابتزاز، فيلجؤون إلى أعمال منافية لأخلاقيات المهنة الصحفية من اجل تحقيق المكسب المادي مثل ابتزاز المسؤولين من اجل الحصول على مبالغ للسكوت على الاخطاء التي يرتكبونها وللقائم بالاتصال معلومات عنها[4] ومشاركة القائم بالاتصال في اتخاذ القرارات يؤدي إلى دافعية اكبر للعمل والمتابعة وتتمثل هذه الدافعية في الشعور بالامن واكتساب الخبرة والتقدير والتي لها اثرها في المشاركة داخل المؤسسة[5].

---

[1] البرت هستر، دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1988)، ص35.

[2] حسين دبي الزويني، القيم الاجتماعية والضغوط المهنية للقائم بالاتصال، مجلة تواصل، (بغداد: هيئة الإعلام، والاتصال، 2007، ص14).

[3] صباح احمد النجار، الرضا عن العمل، مجلة اداب الرافدين، (جامعة الموصل، العدد 28، 1996)، ص171.

[4] د. جهاد كاظم العكيلي، مؤشر ديمومة الإعلام في العراق: بحث ميداني لقياس قوة وديمومة وسائل الإعلام في العراق بعد 9 نيسان، 2003، مجلة الباحث الإعلامي، (العدد 3، بغداد، 2007)، ص72.

[5] د. احسان محمد الحسن، بهيجة احمد شهاب، خدمة الجماعة، (بغداد: مطابع التعليم العالي، 1990)، ص62.

3. الرضا بالعمل نفسه: ويعني ان يكون القائم بالاتصال راضيا عن العمل الصحفي الذي يؤديه، فمن يؤدي عملا مشوقا، ملائما لصفاته وخصائصه وقدراته ومواهبه وخبراته لا يجد صعوبة في ادائه، ولا يواجه عراقيل من شانها ان تفقده الرغبة في انجازه، أو الاهتمام به، أو تشعره بانه انما يضيع وقته وجهده سدى فيه[1].

واثبتت البحوث والدراسات التي اجريت حول الرضا المهني ان هناك عوامل تؤثر في الرضا المهني منها ما هو مرتبط بالقائم بالاتصال نفسه ومنها ما يحيط به، أي في بيئة العمل، ومن هذه العوامل[2]:

1. العوامل الشخصية: اذ تحقق للقائم بالاتصال قدراً معقولاً من الصفات الشخصية الملائمة للذي أدى عمله بنجاح، ومن اهم هذه الصفات (الجسمية والصحية والقدرات والاستعدادات والرغبة في المهنة).
2. العوامل المهنية: التي تتمثل (بظروف المهنة وطبيعتها والاجور وفرص التقدم والترقية، ومكانة المهنة اجتماعياً والعلاقات مع الاخرين).

وهناك تقسيم اخر للعوامل المؤثرة في الرضا عن المهنة، وهو[3]:

1- العوامل الخارجية: وتشمل:

أ. الجانب الاقتصادي، والعوامل المؤثرة فيه (الاجور، والحوافز، والمكافآت).

ب. طبيعة وظروف العمل، العوامل المؤثرة فيه الظروف الفيزيقية (التهوية، والإضاءة، وساعات العمل، والضوضاء، ونوع العمل).

2. العوامل الداخلية، وتشمل:

أ. الجانب الاجتماعي، والعوامل المؤثرة فيه (العلاقات الاجتماعية، والمكانة الاجتماعية، والإدارة والإشراف).

ب. الجانب النفسي، والعوامل هي (تحقيق الذات، وتحقيق الطموح، والتقدير الاجتماعي، والأمن النفسي).

---

[1] محمد ماهر عليش، إدارة الموارد البشرية، (القاهرة: دار الجامعات المصرية، 1972)، ص129.

[2] كامل علوان الزبيدي، الضغوط النفسية وعلاقتها بالرضا المهني والصحة النفسية لدى أعضاء هيئة التدريس في الجامعة، اطروحة دكتوراه غير منشورة، (جامعة بغداد: كلية الاداب، 2000)، ص33.

[3] هاني احمد يونس الدباغ، الرضا عن العمل، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة بغداد، كلية الاداب، قسم الاجتماع، 1998)، ص31- 59.

وترى المؤلفة ان الرضا المهني من الخصائص المهنية المهم توافرها عند القائم بالاتصال فبدون هذا الرضا لا يمكن ان يبدع وينجح في عمله الصحفي، فالرضا المهني هو حصيلة للعوامل السابقة الذكر كافة التي تتفاعل مع بعضها لإنتاج هذا الشعور.

ثالثا: التدريب الإعلامي:

التدريب هو (عملية منظمة مستمرة تستهدف اكساب الفرد معارف اومهارات أو أفكار أو آراء لأداء عمل معين أو بلوغ هدف محدد كما انها تستهدف تجهيز الفرد للعمل المثمر)[1].

وبرؤية إعلامية فان التدريب عملية يحصل فيها المتدرب على معلومات متخصصة، بهدف تحسين الأداء ورفع الكفاءة وصقل المهارات والاحاطة بالمستجدات وهي عملية مكملة للتعليم الإعلامي، وفي مجال صناعة الإعلام التي تتطور بشكل متسارع يصبح للتدريب دور كبير في اللحاق بتطور التقنية الاتصالية[2]، وتقوم فلسفة التدريب على مبدا تطوير القدرات المعرفية والسلوكية لدى القائم بالاتصال وتثمينها في المجالات التخصصية والمهنية والشخصية عن طريق التدريب المنظم والمستمر[3].

إن طبيعة المهنة الصحفية والتمتع بالخصائص والسمات والصفات المهنية تستوجب من العاملين فيها تأشير وقياس الخلفيات التعليمية والتدريبية التي تعد منطلقات للممارسة المهنية الصحفية الناضجة، وترتكز فلسفة التدريب الإعلامي على قاعدة أساسية مؤداها انه حتى في حالة وجود المؤسسات العلمية التي تخرج منها الصحفيون المتخصصون فان الحاجة ستظل قائمة لاستخدام التدريب لتوفير الجوانب المهنية والعلمية وتدعيم المهارات وترشيد الأداء وترقية أساليبه وفتح افاق جديدة من المعرفة المهنية والعلمية أمام القائم بالاتصال الذي لم تتح له دراسته النظرية ان يقف عليها،[4] فالجامعة حيث الاختصاص لاتخلق جرائديا بل انها تاخذ رغبة الطالب وهوايته بالعناية وعلى الرغم من ان الصحافة مهنة عملية لكن اصبح بالامكان تجميع قوانينها ومقاييسها وصيغ ممارستها،[5] لذلك قد يعد امرا مقبولا الاعتقاد بان كليات

---

(1) د. سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، (القاهرة: عالم الكتب، 1993)، ص301.

(2) د. مرعي مدكور، الصحافة الاخبارية، (القاهرة: دار الشروق، 2002)، ص250.

(3) د. محمد هاشم قالوقي، التدريب في اثناء العمل: دراسة لبعض جوانب مراكز التنمية البشرية، (ليبيا: الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان، 2005)، ص49.

(4) د.سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، مصدر سابق، ص 299.

(5) د. سامي ذبيان، الصحافة اليومية والإعلام، (بيروت: دار المسيرة، 1987)،151.

ومعاهد الصحافة قد لاتخرج من الناحية التطبيقية جرائديين افضل من الذين ليست لديهم شهادة ولكن امضوا زمنا في العمل الصحفي.

لذلك فان التدريب الإعلامي يتيح الفرصة للقائمين بالاتصال الذين يفتقدون لفرصة التعليم الاكاديمي، ولرفع مستوى الخريجين والممارسين على حد سواء، ويمكن للتدريب الإعلامي ان يحقق الفوائد الاتية للقائم بالاتصال[1]:

1. اتاحة الفرصة لصقل المهارات واكتساب الخبرات.
2. التزود بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالعمل.
3. رفع مستوى الكفاءة والفعالية.
4. العمل على تعديل الاتجاهات والسلوك.

وتضاف اليها فائدة أُخرى مواكبة القائم بالاتصال لمتطلبات البيئة الصحفية، ومواكبة التحديث والتطوير الحاصل في مجال الصحافة والإعلام عامة.[2] وهذه التطورات التكنولوجية الواسعة جعلت التدريب الإعلامي في مقدمة الوسائل المؤدية إلى متابعة المستجدات، كونه أسلوباً ممكنا وسريعاً لاستيعاب كل ماهو جديد في عالم الصحافة، فالصحفي المهني المعاصر هو الشخص الذي يحدد مايراه الجمهور ويسمعه ويقرأه عن العالم مع الإفادة الكاملة من وسائل التكنولوجيا المتطورة التي اضافت ابعادا جديد للعمل الصحفي مثل التعلم والتدريب على استخدام الحاسوب وتسخيره لخدمة العمل الصحفي كذلك الإفادة من شبكة المعلومات العالمية (الانترنيت)، والتدريب ايضا على الأدوات والآلات التكنولوجية الداخله في العمل الصحفي[3].

وعلى الرغم من ان الجامعات والكليات والمعاهد تزود القائم بالاتصال بالمعرفة النظرية والعملية بشكل مناسب الا ان التشخيص الميداني لاداء القائم بالاتصال في الصحافة يكشف عن قصور في هذا الأداء قد يرجع إلى ثغرات في برنامج الاعداد او عدم تكيفهم وتواصلهم مع التغيرات الجديدة في مجال العمل الصحفي،[4] لذلك ظهر اتجاه جديد في التدريب، وهو التدريب

[1] د.عبد الرحمن توفيق، مهارات أخصائي التدريب، (مصر: مركز الخبرات المهنية للإدارة، 2005)، ص98.

[2] د. محمد مرعي، دليل التدريب في المؤسسات والإدارات، (سوريا: دار الرضا للنشر، 2001) ص19.

[3] د. احمد بدر، الصحافة الكونية.. دراسات في الإعلام والاتصال الدولي (القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر، 2007)، ص 206 -208

[4] د. يوسف جعفر سعادة، التدريب: اهميته والحاجة الية، (القاهرة: الدار الشرقية للطباعة والنشر، 1993)، ص 31.

عن طريق مراكز التدريب الإعلامي* والتي يعمل بها ضمن القطاع الخاص، والبعض الاخر ضمن القطاع الحكومي كوزارات الإعلام، وأُخرى ضمن المؤسسات والنقابات والاتحادات والجمعيات المهنية الإعلامية، وأُخرى ترتبط بالمؤسسات التعليمية الاكادمِة أي كليات ومعاهد الإعلام او ترتبط بالمؤسسات الإعلامية، أي قد يكون التدريب ضمن الجريدة نفسها داخل غرف الاخبار وعلى يد القامِين بالاتصال المحترفين والذين مِلكون مهارات يستطيعون تعليمها للعاملين الجدد او الذين لامِتلكون تلك المهارات والخبرات.

ويكون التدريب الإعلامي على نوعين[1]:

1. التدريب التحريري: ويهتم بالتدريب على الفنون الصحفية وتحريرها من كتابة وصياغة جرائدية وما يتعلق بعملية التحرير، وتنظم المؤسسات هذه الدورات التدريبية وتشرف عليها او الهيئات والمنظمات او مراكز التدريب الإعلامي.
2. التدريب الفني: ويهتم بالجانب الفني من العمل الصحفي، وتتضمن تدريب القامِين بالاتصال على مهارات فنية مثل التصوير والاخراج وبرامج الحاسوب وغيرها من الأعمال الفنية، او التعلم على استخدام الآلات والمعدات الالكترونية الحديثة.

وهناك من يقسمه على سبعة أنواع أساسية هي[2]:

1. التدريب التاهيلي: الذي يتم بعد التخرج وقبل ممارسة العمل.
2. التدريب التنشيطي: يتضمن انعاش المهارات والمعارف التي رمبا نسيها القائم بالاتصال في غمار العمل.
3. التدريب التخللي: الذي يتم عن طريق مزج التدريب بالعمل.
4. تدريب التطوير: ويتضمن تعميق المعلومات التخصصية مبهنة معينة.

---

* تعرف مراكز التدريب الإعلامي بانها: الجهة التي تقوم أو تتولى أو تتبنى عملية التدريب الإعلامي لتحقيق أهداف معينة تسعى عن طريقها إلى رفع القدرات والمهارات، وتحسين اداء المتدربين بشكل متطور في ميادين الإعلام المختلفة، عن طريق برنامج تدريبي مناسب ومدربين وتهيئة المستلزمات والمتطلبات اللازمة لعملية التدريب، وغالبا ماتكون لقاء اجور محددة، للمزيد انظر: محمود حمود حسن، مراكز التدريب الإعلامي: دراسة مقارنة بين المركز العربي للتدريب الاذاعي والتلفزيوني، والجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير، اطروحة دكتوارة غير منشورة (جامعة بغداد: كلية الإعلام، 2009)، ص 17.

[1] د. صالح خليل ابو اصيع، إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي، (الاردن: دار أرام للنشر والتوزيع، ط2، 1997)، ص306

[2] د.سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، مصدر سابق، ص305-307.

5. اعادة التدريب: يعني اكساب القائم بالاتصال مهارات لازمة لاداء عمل يختلف عن عمله الاصلي القائم به.
6. التدريب الاضافي: ويعني اكساب القائم بالاتصال مهارات اضافية غير مهاراته الأساسية.
7. التدريب المتقدم: ويعني اكساب القائم بالاتصال معلومات ومهارات لتولي تخصصات او مراكز أكثر أهمية.

وظهر نوع جديد من التدريب هو (التدريب للحفاظ على السلامة، الذي يتعلق بسلامة العاملين في الإعلام وخاصة الذين يضطرهم العمل الصحفي للتواجد في اماكن الحروب والصراعات او الأمراض والكوارث الطبيعة[1].

وترى المؤلفة إن القائم بالاتصال في الصحافة يحتاج إلى التدريب الإعلامي اثناء الدراسة الأكاديمية وقبل ممارسة العمل الصحفي واثناء الممارسة لان العمل الصحفي عمل إبداعي يتصف بالتجدد والتغيير الدائم ويحتاج للكفاءة والقدرات والمهارات الضرورية لانجاحه.

رابعا: الاستقلالية في العمل واتخاذ القرار:

تنبع استقلالية القائم بالاتصال من شعوره بانه حر في ممارسة العمل الصحفي الذي يقوم على الإبداع والجدارة وتتجسد في عملية جمع واختيار ونشر المعلومات والاخبار والتقارير استناداً إلى معرفته النظرية وبدون تدخل او ضغط خارجي،[2] إذ أن أي نوع من أنواع التدخل أو التوجيه الذي قد يتعرض له القائم بالاتصال يؤثر على أسلوب الوضوح والصدق، فقد يجد القائم بالاتصال نفسه مجبرا على تنفيذ التوجيهات التي تخص التكرار أو التعديل أو المنع والتأجيل بدون معرفة أسبابها مما يؤثر على استقلاليته في العمل، كذلك فان التدخل او التوجيه يوثر على أسلوب الصدق فعلى قدر حق الجمهور في الاحاطة بالحقائق وحريته في تكوين الآراء الشخصية يستطيع القائم بالاتصال أن يقوم بوظيفته بعيداً عن القيود التي تحد من استقلاليته في العمل.[3]

---

[1] نادي دبي للصحافة وآخرون، نظرة على الإعلام العربي 2007-2011 تطوير المؤسسات...... تطوير الكفاءات الإعلامية، (الامارات العربية المتحدة دبي 2007)، ص 63.

[2] Bernard C. cohen, the press and Foreign Policy, (Princeton: new Jersey, 19B),P93.

[3] يوسف مرزوق، الخدمة الاخبارية في الاذاعة الصوتية: دراسة حول القائم بالأخبار، (القاهرة: 1986)، ص133- 134.

وهذه الاستقلالية تحدد مستوى الاحتراف الإعلامي له مع الالتزام بالمعايير الأخلاقية التي نصت عليها مواثيق الشرف الإعلامي، وترضي طموح القائم بالاتصال في تحقيق السبق الصحفي والانفراد بالاخبار والمعلومات المهمة[1].

ان قدرة القائم بالاتصال على اتخاذ القرارات الخاصة بعمله الإعلامي تظهر مدى استقلاليته في هذا العمل، وتعرف عملية اتخاذ القرار بانها ((المفاضلة بين البدائل الممكنة واختيار الافضل من بينها لمواجهة موقف معين في فترة زمنية محدودة))[2].

والقائمون بالاتصال في المؤسسات الصحفية يتخذون قراراتهم الخاصة بعملهم الصحفي بناء على اعتبارات عدة، مثل الخبرة والحقائق المتوافرة وحدسه وعواطفه، ولان طبيعة العمل الصحفي تتسم بالابتكار فان عنصر الحدس لدى القائمين بالاتصال يصبح عنصراً من عناصر اتخاذ القرار، وذلك لان بعض المعلومات التي يمكن الاعتماد عليها ليست كمية، ومن الصعب تقييمها بشكل دقيق لذا فإن خبرة القائم بالاتصال وحدسه يصبحان ضروريين[3]وطبيعة العمل الإعلامي تحتاج إلى اتخاذ عشرات القرارات يوميا وبسرعة عالية، ولاسيما تلك التي تتعلق بالمواد التحريرية واختيار المعلومات والاخبار.

وهناك نوعين من القرارات، القرارات الفورية التي تستلزم من القائم بالاتصال إبداء رأيه فورا، فيما يتعلق بالمسائل المطروحة فهذه القرارات الفورية ضرورية بشان وصول الرسائل الإعلامية بالشكل المناسب إلى الجمهور في الوقت المناسب، ففي أوقات الأزمات والحالات الطارئة التي تستدعي من القائم بالاتصال اتخاذ قرارات سريعة قد لايسمح الوقت فيها بالحصول على المعلومات عن الموقف فيمكن ان يعتمد على المعلومات المتوافرة وعلى مدركاته وتصوراته للموقف ولهذا يمكن اتخاذ قرارات فورية في مواجهة الموقف او اتخاذ قرارات بسيطة تكون أساسا لاتخاذ قرارات لاحقه تستند على ردود الافعال[4].

أما القرارات المدروسة التي تحتاج من القائم بالاتصال الدراسة والتخطيط وتقسيم المشكلة التي يكون بصدد اتخاذ قرار فيها إلى اجزاء عدة متسلسلة.[5]

وهناك مستويات أُخرى للقرار الذي يتخذه القائم بالاتصال في المؤسسات الجريدة وهي القرار الاوتوماتيكي الذي يعتمد على وجود ادوات ميكانيكية، وقرار الذاكرة الذي يفترض وجود

---

[1] يوسف مرزوق، الخدمة الاخبارية في الاذاعة الصوتية: دراسة حول القائم بالأخبار، مصدر سابق، ص141.

[2] د. محمد عبد الفتاح ياغي، عملية اتخاذ القرارات، المجلة العربية للإدارة، (المجلد السابع، العدد 32، 1983)، ص47.

[3] س.ا.تسوكاسوف، إدارة الصحيفة، ترجمة: ايمان احمد، السلسلة المهنية، (بغداد، 1985)، ص91.

[4] اكرم ديري، اراء في الحرب، الاستراتيجية وطريقة القيادة، (بيروت: دار اليقظة، 1972)، ص156

[5] د. محمد فريد عزت، إدارة المؤسسات الإعلامية، (القاهرة:العربي للنشر والتوزيع،1994)، ص 129-130.

دليل للعمل يزود القائم بالاتصال بالمعلومات المناسبة، وقرار المعرفة القائم على الخبرة والمعرفة التي يتمتع بها القائم بالاتصال[1].

ويصنف د. حامد ربيع القرارات إلى ثلاثة أنواع هي[2]:

1. القرار الحاسم: أي القرار الذي يعني مواجهة صريحة للموقف بقصد تصفية المشكلة نهائيا.
2. قرار التأجيل: أي إرجاء حل المشكلة إلى وقت اخر أكثر مواءمة.
3. قرار التوفيق: أي القرار الذي يدور حول التلاعب بالموقف بقصد الوصول إلى حل للمشكلة لايصل إلى مرتبة الحل الحاسم ولا يقف عند مجرد التاجيل.

وهناك من يميز بين القرارات التي يتخذها القائم بالاتصال حسب أسلوب اتخاذها، فهناك القرار الذي يتخذه القائم بالاتصال وحده اعتمادا على استشارات المحيطين به او من دونها، فهو يعتمد على كفاءته الشخصية، والنوع الثاني يتخذ باشتراك مجموعة من القائمين بالاتصال سواء بالاجماع او الاغلبية، والنوع الثالث هي القرارات التي تتخذ في إطار الهيئات التشريعية وتسمى القرارات العامة[3].

وللاعتبارات المهنية تأثير على القرارات التي يتخذها القائم بالاتصال ومن هذه الاعتبارات المهنية المساحة المحددة للرسالة، والتوقيت المناسب لنشرها، والوقت المحدد لاذاعة الرسالة الإعلامية كذلك خدمات وكالات الانباء عن طريق بثها الأخبار والصور وهي بذلك تحدد ماينشر وما لاينشر.[4]

ومن الدوافع التي تساعد القائم بالاتصال على اتخاذ قرار معين هي:[5]

1. احساس القائم بالاتصال بالمشكلة واعترافه بها.
2. وجود ضغوط باتجاه حل المشكلة.
3. وجود أكثر من اجراء او بديل ممكن.
4. عدم التاكد من افضلية أي واحد من هذه الاجراءات.

---

[1] د. عبد الجواد سعيد، إدارة المؤسسات الصحفية، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004)، ص69.

[2] د. حامد ربيع، ابحاث في نظرية الاتصال وعملية التفاعل السلوكي، محاضرات القيت على طلبة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، (جامعة القاهرة، 1973)، ص7.

[3] Carl Joachim friedrich, Man and His covernment: an Empirical theory of politics, (newyouk:Hill Book company, Mraw-Hill, 1963), p. 86.

[4] د.محمد فريد عزت، مصدر سابق، ص36.

[5] د. زكي الوردي، د. مجيل لازم المالكي، المعلومات والمجتمع، (الوراق للنشر والتوزيع،، 2002)، ص160-161.

ونجاح القائم بالاتصال يتوقف على مدى كفاءته في اتخاذ القرار، وبقدر الدقة والشمول وحسن التوقيت في توفير المعلومات الضرورية بقدر ما ترفع تلك الكفاءة، لذا نستنتج أن أهمية القرار تعادل أهمية المعلومات التي اعتمد عليها في اتخاذه، وان مدى النجاح او الفشل يقودنا إلى تحديد مدى نجاح القائم بالاتصال او فشلة في ادائه الإعلامي.

خامسا: الاحتراف الصحفي:

ان الاحتراف الصحفي هو عملية اكتساب الصحفي المعارف والمهارات والقيم والمعايير والاتجاهات التي تحدد سلوكه الصحفي، وان عملية الاحتراف تنتج من[1]:

1. تعلم الأساس النظري الخاص بالمهنة.
2. غرس القواعد الأخلاقية التي تشكل سلوك المحترف تجاه الجمهور وزملاء المهنة.
3. تنمية شعور التعاون والتضامن لدى الصحفي مع زملائه في المهنة.

كما ان الاحتراف الإعلامي هو محصلة واقعية للامكانية الإعلامية الحقيقية، وهو تراكم المعرفة المهنية بصورة نظرية وتطبيقية، وله درجات ومستويات وقابل للانكفاء أو الارتقاء.

وافضل موقف للقائم بالاتصال المحترف هو الموقف الذي يمتاز بالا شخصية واللاعاطفية، وعدم التورط، وعدم الانحياز، أي انه مطالب بان يكون محايدا وموضوعيا، دون ان يعني ذلك انه لاتوجد حالات يجد القائم بالاتصال المحترف نفسه من الضروري ان يكون أكثر شخصية وأكثر عاطفية وانحيازاً للموضوع الذي يعالجه والا فإنه سيخسر الموضوع كله[2].

وظهرت في صحافة العالم اليوم صحافة تسمى (صحافة المحترفين Jounralism reviews) والتي تعبر عن عدم رضا المحترفين من القائمين بالاتصال عن اداء وسائل الإعلام، وتدعو إلى الارتقاء بالمعالجات الصحفية بما ينسجم مع أخلاقيات المهنة ومستوى الاحتراف الصحفي[3].

والقائم بالاتصال المحترف يقاوم الكثير من الضغوط الداخلية والخارجية التي تسعى إلى اخراج الموضوع الصحفي بالشكل الذي تريده، خدمة لمصالحها وأهدافها ولكن ذلك يجافي الاعراف الصحفية والتقاليد الراسخة في عالم الصحافة، فالقائم بالاتصال المحترف يرى في بعض الموضوعات والاخبار بضاعة متطورة قابلة للمنافسة، فضلا عن أنه خدمة اجتماعية

---

[1] لؤي مجيد البلداوي، مصدر سابق، ص 87-88.

[2] د. اديب خضور، الحديث الصحفي،(دمشق: المكتبة الإعلامية، ط2، 2008)،ص52.

[3] د. عبد الستار جواد، فن كتابة الاخبار، (عمان: دار مجدلاوي للنشر، 1999)، ص13.

للمستفيد الاول منها وهو الجمهور، وان تقاليد الصحافة العالية والأخلاقيات المهنة ومبادئ الاحتراف لها دور مميز في عمل القائم بالاتصال المحترف[1].

ويتضمن الاحتراف الصحفي عملية الخلق والإبداع، التي تستهدف رفع فعالية النشاط الصحفي لدى القائم بالاتصال، وهناك نموذج لعملية الخلق والإبداع هذه يتألف من مراحل عدة [2]:

1. الالتقاط العام للمعلومات: وتشمل فهم المرحلة والمجتمع وموقف الناشر، ومعرفة الموقف الفكري للقارئ.
2. اختيار الموضوع: وتشمل هذه المرحلة تحديد شريحة من الواقع، ودراسة القرارات المتعلقة بالموضوع، وتحديد الهدف من معالجة هذا الموضوع.
3. التخطيط: ويعني وضع خطة تتناول الادلة والبراهين وطرق جمع المعلومات.
4. الالتقاط الخاص للمعلومات: وتعني اختيار المعلومات وجمعها
5. المخطط التنسيقي: ويشمل اختيار وتحديد النوع الصحفي، ووضع مخطط تنسيقي له.
6. التكوين الصحفي: وهي المرحلة الأخيرة، وتشمل الصياغة الصحفية واللغوية وتنقيح النتاج الصحفي وإعداده للنشر.

وتتعدد الآراء حول طبيعة الاحتراف الإعلامي فالبعض يرى انه نتاج للموهبة والبعض الاخر يراه نتيجة للتعليم والدراسة والتدريب. والحقيقية انه خليط بين الرأيين فهو نتاج للموهبة والتأهيل في الوقت نفسه، وان القائمين بالاتصال يجب ان يتمتعوا بحرفية ومهارة عاليتين، فقد يتعرض القائم بالاتصال إلى مواقف عديدة اثناء قيامه بعمله الصحفي واذا لم يتصف بحرفية عاليه في عمله فلن يكون قادرا على الاستمرار ومواجهة تلك المواقف.

---

[1] د. عبد الستار جواد، مصدر سابق، ص66.

[2] د. اديب خضور، ادبيات الصحافة، (دمشق: جامعة دمشق، 1986)، ص 38.

المبحث الثاني
الضغوط المهنية والذاتية للقائم بالاتصال

عرف الباحثون الضغوط* بتعريفات عديدة منها ((هي ضعف القدرة على التوافق بين الفرد والمواقف التي يتعرض لها في محيط عمله بحيث يدرك الفرد عدم كفاية قدراته لمواجهة متطلبات المحيط التي تشكل عبئا علية))[1].

وإن ضغوط المهنة تقود إلى بعض المشاكل النفسية والجسدية التي تجعل الفرد غير قادر على العطاء والإنتاج بما ينتج عنها من تعب واعياء[2] ومن جانب اخر فان بعض الدراسات أكدت ضرورة ان يعمل الفرد في ظل مستوى معتدل من الضغوط لان ذلك من شأنه ان يبعث على التحدي ويثير فيه الحيوية والنشاط مما يؤدي إلى تحسين ادائه، وفي هذا المجال يمكن الاشارة إلى نموذجين[3]:

1. أنموذج Yerks Dadson: بموجب هذا النموذج فانه كلما زاد مقدار الضغط الواقع على الفرد زادت إنتاجيته إلى ان يصل إلى مستوى معين يترتب بعده على أية زيادة فيه نقص في الإنتاجية.
2. نموذج Megline: يعد هذا النموذج الضغط معادل للتحدي، إذ يرى ان المشاكل والصعوبات تتيح فرصة للنشاط البناء الذي يساعد على تحسين مستوى الأداء، وكلما يزداد الضغط يزداد مستوى الأداء تحسنا.

أما الآثار السلبية للضغوط المتعلقة بالعمل يمكن تحديدها بما ياتي[4]:

1. آثار معرفية: تتمثل في اضطراب التفكير، وضعف قوة الملاحظة وتناقص القدرة على اتخاذ القرارات.

* ترى الدراسات ان مصطلح الضغوط (stress) مشتق من اللاتينية بمعنى المحنة او الشدة والضغط، او من الكلمة الفرنسية (Distresse) التي تشير إلى الاختناق والشعور بالضيق، اما الانكليزية الحديثة فقد وضعت مصطلح (stress) ليعطي معنى الضغط بقوة، للمزيد انظر كامل علوان الزبيدي، مصدر سابق، ص22.

[1] صالح مهدي صالح، الاحتراق النفسي لدى المرشدين التربويون وعلاقته ببعض المتغيرات، اطروحة داكتوره غير منشورة، (الجامعة المستنصرية، كلية التربية، 1995)، ص23.

[2] Wesnes, Job stress, Journal of Applied psychology, (1980), p. 204.

[3] رفاعي محمد الرفاعي، السلوك التنظيمي، (مصر: المطبعة الكمالية، 1988)، ص253- 266.

[4] وفاء كمال سعيد، الضغوط المهنية وعلاقته بالتعب النفسي لدى رؤساء ومقرري الاقسام في الجامعة، اطروحة داكتوراه غير منشورة، (الجامعة المستنصرية، كلية الاداب، 2005)، ص27.

2. آثار سلوكية: تخلي الفرد عن أهدافه، وانعدام المبادرة وترك العمل، وتناقص مستوى الأداء.
3. الآثار الفسيولوجية: ارتفاع ضغط الدم وزيادة ضربات القلب وفقدان الشهية.
4. الآثار الانفعالية: القلق وسرعة الغضب والشعور بالاحباط.

وقسمت الضغوط تبعا لشدتها على[1]:

1. الضغوط الخفيفة.
2. الضغوط المتوسطة.
3. الضغوط الشديدة.

وقسمت الضغوط تبعا لمداها على[2]:

1. ضغوط طويلة الأمد تستمر على مدى ايام
2. ضغوط قصيرة الأمد تكون لمدة قصيرة تزول بزوال الموقف.

اما النظريات التي فسرت الضغوط المهنية فتقسم على قسمين[3]:

---

(1) اسعد شريف مجدي، علاقة الضغوط والتعامل معها بالخصائص العصابية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، (الجامعة المستنصرية: كلية الاداب، 1955)، ص19.

(2) Kremer. J., affective Isolation a coping starting forpersons with low and high Amunt of life stress, journal of research in personality, (1982).

(3) وفاء كمال سعيد، مصدر سابق، ص 28- 29.

أولا: النظريات البيولوجية:

1. نظرية المواجهة أو الهروب وضعها (والتر كانون) (welter canon) عام 1926م وتؤكد ان الفرد عندما يواجهه الضغوط اما يجاهد لمقاومتها او يهرب بعيدا عنها وتطرأ عليه عدد من التغيرات البيولوجية.
2. نظرية متلازمة التكيف العام. ووضعها الكندي (هانس سيلي) ويوكد ان للضغط مدلولين سلبي ويعني ان الفرد لم يعد يحتمل الضغط الواقع عليه وايجابي وهو ان الضغط ربما يكون حافزا لتحسين الأداء في العمل.

ثانيا: النظريات البيئية:

1. نظرية (ريتشاد لازروس) (Richard Lazarus) وتسمى (نظرية التقدير المعرفي)، ويؤكد ان الامور التي تكون ضاغطة لشخص ما في حين هي عادية لشخص اخر.
2. نظرية (موس وشيفر) (Moos& Schaefer) وتشير إلى ان عمليات المواجهة والتكيف للضغوط تتضمن جهودا سلوكية ومعرفيه يبذلها الفرد في اثناء تعامله مع المواقف الضاغطة.
3. نظرية (ألس) (Ellis) مؤسسها (البرت ألس) يؤكد ان الناس يولدون ولديهم نزعة فطرية لتغير الامور، وان الضغوط التي يتعرضون لها ناتجة من كيفية تعاملهم مع الاحداث.

وترى المؤلفة انه وان اختلفت هذه النظريات في تفسير طبيعة الضغوط المهنية التي يتعرض لها الفرد الا انها تؤكد حقيقية واحده وهي ان هذه الضغوط موجودة سواء فسرتها النظريات أم لم تفسرها ويشعر بها القائم بالاتصال في الصحافة وتنعكس على طبيعة ادائه وطبيعة سلوكه الاتصالي والتفاعلي وتسبب له مشاكل يجد نفسه في كثير من الاحيان بحاجة إلى ايجاد الحلول لها.

وتنقسم الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال على:

أولا: الضغوط المهنية:

وهي الضغوط التي تفرضها طبيعة المهنة الصحفية وتشمل:

1. السياسة الإعلامية:

لكل جريدة سياسة إعلامية تظهر في تحريفها للموضوعات أو في اهمالها لقصص معينة، ولكن من الناحية الرسمية تبقى سياسة الجريدة عادة خفية، غير معلنة، بسبب رغبتها في الظهور كجريدة موضوعية[1] أو قد تعلن الجريدة عن سياستها صراحة وهذا في الجرائد التي تعبر عن أحزاب معينة أو جهات معينة.

والسياسة الإعلامية هي ((مجموعة المبادئ والقواعد والخطوط العريضة التي تتحكم في الأسلوب او الطريقة التي يقدم بها المضمون الصحفي، وتكون في الغالب غير مكتوبة بل مفهومة من قبل أفراد الجهاز التحريري))[2].

وهي ((الاتجاه الفكري والسياسي الذي تعبر عنه المؤسسة الإعلامية، وعلى ذلك تتحدد القواعد التي تحكم عملية اختيار الاخبار ومعالجتها بالتحليل والتعليق، وبالتالي اختيار كل ماينشر من مواد جرائدية مختلفة)[3].

وبذلك فان ما ينشر ليس اعتباطاً او من دون قصد، بل ان الأساس هو التعبير عن ميل سياسي أو مبدأ اقتصادي او نزعة اجتماعية او دينية تؤمن بها الجريدة وتعمل على الترويج لها[4]، لذا فان الإنتاج الحقيقي للجريدة هو إنتاج ايديولوجي، وقناعات، واتجاهات نحو موقف أو رأي، وأية مؤسسة تتعامل مع الإنتاج الايديولوجي لابد ان تتمتع بالمرونة والقدرة على المراجعة والتعديل إلى جانب تمسكها بالستراتجية السياسية[5].

وتواجه سياسة اية مؤسسة إعلامية ضغوطا من عوامل داخلية تشمل نمط الملكية وأساليب السيطرة والنظم الإدارية وضغوط الإنتاج، وضغوط العوامل الخارجية تتمثل بموقع الوسيلة في النظام الاجتماعي القائم ومدى ارتباطها بمصالح معينة، ولهذه العوامل دور مهم في المضمون الذي يقدم للجمهور، وتجعل القائم بالاتصال جزء من الكيان العام للمؤسسة[6]

---

[1] أ.د جيهان رشتي، الإعلام والمجتمع، مصدر سابق، ص 163.

[2] ا.د فاروق ابو زيد، أد ليلى عبد المجيد، فن التحرير الصحفي، مصدر سابق، ص 34.

[3] د. كرم شبلي، معجم المصطلحات الإعلامية، مصدر سابق، ص429.

[4] د. عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة، (بيروت: دار النجاح للنشر والتوزيع، ج1973،1))، 220-221

[5] د.حميد جاعد الدليمي، التخطيط الإعلامي: المفاهيم والإطار العام، (عمان: دار الشروق، 1998)،ص76.

[6] د. حسن عماد مكاوي، د. ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: 1998)، ص180.

وتصبح سياسية المؤسسة الإعلامية من اولى اولوياته إلى حد الاندماج معها إذ يستبدل القائمون بالاتصال اولوياتهم باوليات المؤسسة، وهذا تاكيد على التوافق بين المعايير الخاصة بالصحفي والخاصة بالمؤسسة وهذا ما يسمى(تماثل القيم) الذي يتم عن طريق الثنشئه الاجتماعية للجرائديين الجدد[1] والتي تتم من التوجيه غير المباشر عن طريق العاملين القدامى او من القراءة اليومية للجريدة أو من أحاديث الزملاء في المهنة أو المؤتمرات التي تعقد في الجريدة.

وهناك عدد من الأسباب التي تجعل القائم بالاتصال يخضع لسياسية المؤسسة الإعلامية وهي[2]:

1. الخوف من توقع العقوبات.
2. احترام رؤساء العمل والزملاء.
3. تطلعات الصحفي لشغل منصب افضل.
4. عدم وجود تكتل في الجريدة لمعارضة السياسة.
5. طبيعة العمل في الجريدة الذي يتم بالود والتعاون.
6. التنافس في الحصول على الاخبار الذي يصرف الانتباه عن الأمور الأُخرى.

والسياسة الإعلامية تكون على شكل تعليمات وارشادات احيانا يجب على القائمين بالاتصال الالتزام بها وبذلك تكون بمثابة قيود تفقدهم الشعور بالحرية المطلوبة في تغطية ومعالجة الموضوعات الصحفية، وهذا ما أكده احد البحوث إذ ان 75% من المبحوثين يقولون أن المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها تحتوي على ادلة عمل تتضمن تعليمات وارشادات في أسلوب العمل يقتضي العمل بها، وانها قيود تفقدهم الشعور بالحرية في العمل الصحفي[3].

واذا كان القائم بالاتصال يتأثر عمله الصحفي بطبيعة السياسة الإعلامية فانه في الوقت نفسه يؤثر في تلك السياسية بشكل أو بآخر عن طريق ما يأتي[4]:

1. المعايير التي تم اختيار القائم بالاتصال عن طريقها، وفقا لكفاءته المهنية أو بناء على الثقة السياسية فيه، وهل يشترط انتماءه إلى حزب أو نقابة مهنية أو الحصول على ترخيص أو اذن بالعمل من جهة ما إدارية أو سياسية.

---

(1) سعيد محمد السيد، التشابه الاخباري واثره في بناء الاجماع الاجتماعي، مجلة الدراسات الإعلامية، (العدد 52، 1988)، ص16.

(2) د. جيهان رشتي، الإعلام والمجتمع، مصدر سابق، ص 163.

(3) د. عبد النبي خزعل، الحرية والمسؤولية المهنية كما يفهمها الإعلاميون العراقيون، بحث منشور ضمن الإعلام العراقي حرية التعبير والوصول إلى المعلومة، (بغداد: هيئة الإعلام والاتصالات، 2010)، ص77.

(4) أ.د. فاروق ابو زيد، أ. د. ليلى عبد المجيد، فن التحرير الصحفي، مصدر سابق، ص40.

2. ظروف التنشئة الاجتماعية للقائم بالاتصال وثقافته وانتمائه الاجتماعي والسياسي.
3. التأهيل والتدريب، والذي ينعكس على ما يتمتع به من مهارات اتصالية وجرائدية.
4. الظروف الاقتصادية والاجتماعية للقائم بالاتصال.

وترى المؤلفة ان فرص القائم بالاتصال في الصحافة للتملص من السياسة الإعلامية للجريدة تكاد تكون معدومة لأن لكل جريدة سياستها التي تتلاءم مع اتجاهاتها وخلفيتها الثقافية وتعني الأخلاقيات التي يؤمن بها أصحاب الجرائد، الا ان المسؤولية تفرض على القائم بالاتصال الموازنة بين ما مفروض عليه من ضغوط وبين التزاماته المهنية والأخلاقية والتي تقضي ايصال المعلومة للقارئ مثلما هي.

ولكن للقائمين بالاتصال سلطتهم أيضاً، فهم ليسوا مجرد ادوات مجبرة وخاضعة للمؤسسات الإعلامية التي يعملون فيها، بل يملكون القدرة على الاختيار، فيمكن للقائم بالاتصال تغيير المؤسسة الإعلامية التي ينتمي لها، فهو يستطيع ان يقرر ان هناك امورا لن يفعلها، ويصمم على ترك العمل في تلك المؤسسة الإعلامية في فورة (أخلاقية فاضلة) من السخط والنقمة[1].

2. علاقات العمل:

تعد علاقات العمل من الضغوط المهنية التي يتعرض لها القائم بالاتصال في الصحافة، إذ يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعدا اجتماعيا، وترسم من هذه العلاقات جماعة اولية للقائم بالاتصال، ومن ثمّ نجدهم يتوحدون مع بعضهم داخل المجموعة، ويتعاملون مع العالم الخارجي عن طريق احساسهم داخل الجماعة، وهذا ما يجعل الصحفي معتمدا بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي[2]. إذ يهتم القائم بالاتصال باراء زملائه في العمل لان التقييم والثناء الذي يحصل عليه بعد اداء عمل مميز غالبا ما ياتي من زملاء العمل[3]. كما ان قوة الضغوط المهنية وعلاقات العمل تدفع القائم بالاتصال إلى مقاومة تميزه الشخصي وذاتيته وتساعده على تجاوز الصعوبات المهنية وتحسين مستوى الرضا المهني وذلك في إطار عملية التنشئة المؤسساتية المستمرة[4].

---

[1] ديفيد راندال، مصدر سابق، ص221.
[2] د. حسن عماد مكاوي، د. ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مصدر سابق، ص183.
[3] البرت هستر، مصدر سابق، ص35.
[4] د. فضيل دليو، اتصال المؤسسة (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003)، ص82.

وتقسم علاقات العمل على[1]:

1. العلاقة بالقيادات الإعلامية ورؤساء الاقسام.
2. العلاقة بالزملاء القائمين بالاتصال.
3. العلاقة بالإدارة.

وتعكس علاقة الصحفي برؤسائه في العمل فرص التميز في المعالجة وتقييم الأداء والحوافز المادية والمعنوية والترقية، ويمكن ان تكون علاقة تفاهم ومودة لان الصحفي الجديد عادة يكسب معايير المهنة وأساليب الأداء من رؤسائه وذوي الخبرة، أما الزملاء الصحفيين فانهم يحددون اولويات النشر بمعنى ان القائم بالاتصال سوف ينشر أية مادة يشير الزملاء إلى اهميتها واحقيتها بالنشر، وتقوم هذه العلاقة على المنافسة التي تكون بين الزملاء لدوافع مادية أو معنوية مثلا التنافس لتحقيق السبق الصحفي أو الحصول على رضا المؤسسة أو كسب ثقة الجمهور أو الحصول على مكافأة نقدية[2].

وان المنافسة في حد ذاتها مفيدة وتؤمن قيام صحافة حرة، ولكن يجب وضعها في منظورها الصحيح، فمن جوانبها السلبية نقل الاخبار بسرعة بحيث تؤدي إلى التشويش وعدم الوضوح، ولا يوجد الوقت الكافي للتحري عن التفاصيل، وهذا كله قد يفقد القائم بالاتصال مصداقيته لدى الجمهور[3].

فالعاملون في الإعلام هم جزء من المؤسسة، فصورة الإعلامي المستقل العامل لوحده أصبحت بائدة، إذ انه ينتمي إلى مجموعة من النظراء العاملين معه في المؤسسة وينفذ عملا محددا ضمن فريق تقوم بينه وبينهم روابط، وهذا يتم عن طريق عمليات تبادل وتفاوض يأخذ احيانا طابعا صراعيا لا نهم يعيشون تحت ضغوط مستمرة ويخضعون لتأثيرات شخصية ومهنية واجتماعية لاسيما في ظل التنافس بين وسائل الإعلام من جهة والتنافس بين الإعلاميين من جهة أُخرى[4].

ويبرز في علاقات العمل (ضغط الجماعة المناظرة Peer Group Pressure) والجماعة المناظرة هم القائمون بالاتصال المنافسون في وسائل الإعلام المختلفة، فتتأثر بهم

---

[1] سامية احمد هاشم، انعكاس البيئة الإعلامية على القائم بالاتصال، اطروحة دكتوراه غير منشورة، (جامعة بغداد: كلية الإعلام، 2006)، ص106.

[2] سعيد محمد السيد، الضغوط المهنية والإدارية على القائم بالاتصال المجلة العلمية لكلية الإعلام، (العدد 1، القاهرة: 1997)، ص5- 10.

[3] جون ر. بيتنر، مصدر سابق، ص355- 356.

[4] نهاوند القادري، سعاد حرب، الإعلاميات والإعلاميون في التلفزيون: بحث في الادوار والمواقع، (بيروت، 2002)، ص20.

قرارات القائم بالاتصال كونهم زملاء المهنة، وان غياب ضغط الجماعة المناظرة يمكن ان يكـون له اثر عـكسي تمامـا، إذ يـنعكس في المعالجـة الاخباريـة الضـيقة الافـق للقضـايا[1]. والقـائمون بالاتصال الذين يدركون ان أسلوبهم في الشعور والتفكير يختلف عن أسـلوب جماعـة منـاظرة لهم في وسائل الإعلام الأُخرى غالبا ما يلومون انفسهم على ذلك، وهذا مـا يجعلهـم يتحققـون من آرائهم عن طريق مقارنتها باراء الآخرين[2].

ويأخذ ضغط الجماعة المناظرة أشكالاً عدة منها الترقيات والحوافز المالية والرواتب مما يجعل القائمون بالاتصال يقارنون بينهم وبين الجماعة المناظرة مما يؤثر على ادائهم الإعلامي.

اما العلاقة مع الإدارة فقد تطورت اتجاهات الإدارة نحو العـاملين مـارة بمراحـل ثـلاثٍ أساسية هي[3]:

أ. المدخل الميكانيكي:

في اوائل القرن التاسع عشر ركزت الجهود نحو الاسـتخدام الامثـل للطاقـات الإنتاجيـة، وفي هذا المدخل يعد العاملون في مهنة معينـة مجـرد عـنصر مـن عنـاصر الإنتـاج شـأنه شـأن عنصري رأس المال والارض، يتطلب الأمر الحصول عليه وتدبيره باقل التكاليف واستغلاله اقصى استغلال ممكن.

ب. مدخل الرعاية الابوية:

استمر المدخل الميكانيكي حتى العشرينات من القرن الماضي الا ان نمو النقابات المهنيـة دفع الإدارة إلى انتهاج أسلوب الرعاية الابوية بمعنى انها تقدم الخدمات الاجتماعية والصـحية وبرامج الامن والسلامة وهي التي تقرر ذلك بنفسها دون سؤال أفراد المنظمة، الا انها فشـلت في اكتساب ولائهم واخلاصـهم وذلـك لان هـؤلاء الأفـراد لا يرغبـون بنـوع مـن الوصـاية وانمـا يريدون الشعور بانهم عنصر من المجموعة ولهم دور في المشاركة واتخاذ القرارات.

ج- مدخل النظام الاجتماعي:

يفترض هذا المدخل ان الإدارة تعمل في نظام مفتوح أي ان مجموعة العاملين بالمنظمة هم واحد فقط من مجموعات عديدة تتعامل معها مثل الحكومة والنقابات المهنية والجمهور وغيرهم، وان العاملين يمتلكون قوة يمكن ان تؤثر عـلى أهـداف الإدارة، لـذلك لابـد مـن ربـط

---

[1] جون ر. بيتنر، مصدر سابق، ص359.

[2] سونيا هانت، جينيفر هيلتين، نمو شخصية الفرد والخبرة الاجتماعيـة، ترجمـة: د. قـيس النـوري، (بغـداد: دار الشؤون الثقافية العامة، 1988)، ص319.

[3] د. زكي محمود هاشم، إدارة الموارد البشرية، (الكويت: منشورات ذات السلاسل، 1996)، ص650- 655.

الأهداف الشخصية للعاملين مع الأهـداف الخاصـة بالمجموعـات الأُخـرى وربـط الاهتمامـات والمصالح كلها بالأهداف الرئيسة للمنظمة.

وترى المؤلفة ان الإدارة الناجحة هي التي تحقق بفعالية التكامل بين مصالح المؤسسـة ومصالح العاملين فيها، الإدارة الديمقراطية التي تشيع اجواء من التفاهم مع الصحفيين وتتـيح لهم إبداء الرأي والمشـاركة في اتخـاذ القـرارات المصـيرية سـتزيد مـن ولائهـم مـما يـؤثر عـلى حماسهم في اداء عمل مميز.

3. القيم الاخبارية والمساحة والتوقيت:

للقيم الاخبارية العديد مـن التعريفـات منهـا "انهـا مجموعـة المعـايير التـي يعتمـدها الصحفيون في اختيارهم الخبر، وهذه المعايير ليست فردية تنسب إلى جرائدي دون سواه، بـل انها مجموعة قيم متعارف عليها لدى امة من الامم"[1].

وهي المعايير التي اذا ما توافرت كلها أو بعضها في الخبر زادت من احتمال نشره[2]، كما انها "الإطار الادراكي أو الدلالي الذي يجعـل القـائم بالاتصـال قـادرا عـلى ادراك وانتقـاء القـيم الاخبارية الأكثر أهمية بين عـدد كبـير مـن الوقـائع أو المعلومـات ولـه القـدرة عـلى صـياغتها وتشكيل وانشاء عناصرها في ترتيب اخباري خاص ومنحها فرص الظهور عبر الوسيلة الإعلاميـة بدرجات من البروز تستمد من طبيعة الوسيلة وظرفها الخاص والعام". وهي "معايير افضـلية، ذاتية وعامة، مهنية وايديولوجيـة، تؤهـل بعـض الاخبـار عـلى غيرهـا تتسـم بالنسـبية داخـل المجتمع وداخل المؤسسة الإعلامية بحسـب المتغـيرات الزمانيـة والمكانيـة وتمثـل مـؤشر بـروز وتمييز للمؤسسات الإعلامية كما هي دليل احتراف ومهنية لهذا الإعلامي أو ذاك.

وبناءً على ما تقدم نجد ان القيم الاخبارية نسبيه تتغير من وسيلة لأُخـرى ومـن قـائم بالاتصال إلى اخر وبفعل التطورات التكنولوجية والإعلامية اخـذت القـيم الاخباريـة المعتمـدة من قبل القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية المحلية والعربية تتشابه، واختلفت العنـاصر التي تمثل معايير القيم الاخبارية من باحث لاخر فيحددها البعض بالأهمية والضخامة في حين تتسع عند اخر لتصل إلى اثني عشر معيارا هي[3]:

1. التواتر: أي ان تكون درجة تردد الحدث مشابهة لتردد وسيلة الاتصال.
2. الحد أو البداية: يجب ان يتجاوز الحدث حدا معينا كي يتم نشره.

---

[1] د. عبد الستار جواد، فن كتابة الاخبار، مصدر سابق، ص52.

[2] ستاتلي جونس، جوليان هاريس، استقاء الانبـاء- فـن، ترجمـة: وديـع فلسـطين، (القـاهرة: دار المعـارف، 1960)، ص41.

[3] د. سعيد محمد السيد، مصدر سابق، ص15.

3. الدلالة أو المعنى: وتعني الاهتمام بالاخبار الملائمة ثقافيا والمالوفة.
4. الوضوح: بعيدا عن الغموض.
5. التوافق أو التناغم: ان يكون الخبر متوافقا مع الصورة الذهنية المسبقة لدى القائم بالاتصال.
6. غير المتوقع: الخبر غير المتوقع يلفت انتباه القائم بالاتصال.
7. الاستمرارية: اذا احتل أي حدث العناوين الرئيسة فسوف يستمر كذلك لمدة زمنية معينة.
8. البنية أو التركيب: يجب ان يكون الخبر والمفردات المستخدمة فيه ملائمة، كذلك يتم تخصيص مساحة معينة أو وقت معين للمفردات المختلفة طبقا لطبيعة العمل الخاصة بالوسيلة الإعلامية.
9. الاشارة إلى الدولة الصفوة: اذا كان الخبر يتعلق باحداث الدول الرائدة يزداد الاهتمام به من قبل القائم بالاتصال.
10. الاشارة إلى الأشخاص الصفوة: لانه يمكن معرفتها بسهولة.
11. التجسيد أو التشخيص: عندما يجسد حالة معينة حدثت في المجتمع.
12. السلبية: كلما كانت النتائج المحتملة للحدث سلبية زاد احتمال نشره.

وتحدد احيانا قيمة الخبر بالتأثير المحتمل له، أو المجال الجغرافي لتأثير الخبر، كما ان عدد الناس الذين يتأثرون به يعد عاملاً يؤثر على قيمة الخبر[1].

ويحدد ميلفن مينتشر عناصر القيم الاخبارية بالاتي[2]:

1. التأثير.
2. الجدة والانية.
3. البروز والشهرة.
4. القرب (في المكان والزمان).
5. الصراع.
6. الغريب والشاذ.
7. التداول والانتشار.

(1) جون.ر. بيتنر، مصدر سابق، ص357.
(2) ميلفن مينتشر، مصدر سابق، ص43- 46.

الا ان كتب الصحافة التي تدرس في الجامعات تفرض خمسة عناصر للقيم الاخبارية[1]:

1. التأثير الكبير.
2. الصراع.
3. الشخصية المعروفة.
4. القرب (الزماني والمكاني).
5. الحداثة.

وعادة ما يتم التركيز على ثلاثة عناصر فقط هي الصراع والشخصية المعروفة والحداثة.

وتتطلب أية محاولة لتحديد معايير انتقاء وتقييم الاخبار في دول العالم الثالث ان نأخذ في اعتبارنا عوامل عدة مثل الايديولوجية السياسية، والأحوال الاجتماعية والاقتصادية، والسكان والانماط الثقافية السائدة في تلك الدولة، اذ ان غالبية هذه الدول تستخدم أسلوبا أو اخر للتحكم في محتوى الاخبار التي تنشر، فالبعض تحيل إلى رئيس التحرير الموضوعات التي يتوقع انها ذات حساسية معينة اذ تترك جانيا، وبعض الحكومات تصدر قوانين أو تشريعات عن المعلومات التي لا يجوز بثها لاعتبارات ايديولوجية أو دينية[2].

وتتأثر الاخبار التي تقدمها دول العالم الثالث بالميول السياسية وفقا لايديولوجية القائم بالاتصال وحرفية العمل الإعلامي وقيم الاخبار السائدة، والتعليمات التي تصدرها وزارات أو هيئات الإعلام، والقائمون بالاتصال يتاثرون بالسياسات التحريرية عند انتقاء الاخبار ونشرها وابرازها من اجل اكساب الخبر قيمة إعلامية لا تحتملها احداثة[3].

ودفعت المنافسة بين الجرائد إلى اهمال عناصر القيم الاخبارية اذ انتقل التركيز من معايير العمل الاخباري وأسسه إلى العمل الاستعراضي وهذا ادى إلى تخطي الحقائق الموضوعية واتجه إلى خلق اجواء مثيرة وتجعلها اقرب إلى الرغبة الإنسانية في "مسرح" الاحداث والاخبار وتحويلها إلى طابعٍ مأساوي مؤثر أو طابع مفرح مضحك[4].

اما المساحة في العمل الصحفي فتعني الفراغ والموقع المتاحين لنشر الرسالة الإعلامية إذ انه ليس بالامكان توفير المساحات كلها التي تحتاجها الرسائل الإعلامية نظرا لضخامة كميتها

---

[1] د. سعيد محمد السيد، التشابه الاخباري واثره في بناء الاجماع الاجتماعي، مصدر سابق، ص16.

[2] د. سعيد محمد السيد، د. حسن عماد مكاوي، الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، (القاهرة: مركز جامعة القاهرة، 1999)، ص141.

[3] د. عبد الله محمد زلطة، فن الخبر: الاسس النظرية والتطبيقات العملية، (القاهرة: دار الفكر العربي، ط2، 2004)، ص92.

[4] د. جان جبران كرم، الإعلام العربي إلى القرن الواحد والعشرين، (بيروت: دار الجليل، 1999)، ص70.

وتنوع أهميتها[1]. فكم المواد الصحفية المعدة للنشر في كل عدد من أعداد الجريدة يكون عادة كبيرا بالقياس للمساحة التي تخص المادة التحريرية بعد حجز الاماكن الخاصة بالإعلانات، ولابد من احترام هذه المساحة بمعنى ان يكون معيار النشر هو الأهمية النسبية لكل مادة جرائدية وتقرير المساحة المخصصة لكل مادة بما يتناسب مع قيمتها الفعلية[2]. وضغط المساحة يضطر القائم بالاتصال إلى نشر اخبار قد لا تتوافر فيها قيمة اخبارية عندما تكون المساحة اكبر من الاخبار الواردة، اما في حالة محدودية المساحة فقد يشطب القائم بالاتصال معلومات مهمة، وضغط المساحة له جانبه التحريري الذي اوضحناه، اما الجانب التنظيمي فهو يرتبط بزيادة عدد الصفحات، فاذا كانت المادة ذات مردود مادي أو معنوي على المؤسسة الصحفية فستؤدي إلى قرار بزيادتها[3].

ويظهر ضغط اخر على القائم بالاتصال اثناء حذف المواد هو (اخطاء الحذف) فما الذي سيتم نشره وما الذي سيحذف ويمكن تقويم عمل جريدة معينة من المواد الملقاة في سلة المهملات كما يمكن الحكم عليها وتقويمها عن طريق المواد التي تنشرها[4].

وفيما يخص الوقت هناك مقولة شائعة في غرف التحرير تقول: خبر البارحة ليس خبر اليوم، وان كلمة صحافة (Journalism) مشتقة من الكلمة اللاتينية (Jiurnalis) التي تعني (يومي) (daily) لذلك ينظر للصحافة بشكل عام على انها تقرير يومي عن الاحداث[5].

فالمواد الصحفية اذا لم تنشر في موعدها المحدد تصبح (سلعة بائرة) في اليوم التالي ولا يمكن نشرها لان الجرائد المنافسة لن تتركها دون معالجة أو تغطية، وهنا يظهر ضغط الوقت أو المواعيد النهائية على القائم بالاتصال أي المدى الزمني المتاح لنشر الرسالة الإعلامية، وهذا يعني العمل تحت ضغط شديد يضطر القائم بالاتصال إلى اطلاق ارائه وأفكاره بشكل سريع ومشوش، والامساك بقدر من المعلومات، كذلك تؤدي إلى عدم الدقة[6].

وترى المؤلفة ان تحديد وقت معين لانجاز العمل الصحفي يؤدي إلى جعله عملا روتينا بعيدا عن الخلق والإبداع الذي يفترض انها من سمات العمل الصحفي.

---

(1) صالح خليل ابو اصبع، الاتصال الجماهيري، مصدر سابق، ص309.
(2) د. فاروق ابو زيد، د. ليلى عبد المجيد، فن التحرير الصحفي، مصدر سابق، ص35.
(3) صالح خليل ابو اصبع، الاتصال الجماهيري، مصدر سابق، ص39.
(4) ميلفن مينتشر، مصدر سابق، ص49.
(5) د. عبد الستار جواد، فن كتابة الاخبار، ص47.
(6) جون. ر. بيتنر، مصدر سابق، ص352- 353.

4. مصادر المعلومات:

اشارت اغلب الدراسات إلى امكانية استغناء القائم بالاتصال عن جمهوره على المدى القصير وصعوبة استغنائه عن مصادره، وان محاولة الصحفي الاستقلال عن مصادره عملية شاقة[1].

ويميل القائم بالاتصال إلى اتخاذ مركز الوسط بين المصدر وغرفة الاخبار، وكذلك بين المصدر والمتلقي، وكلما زاد الصراع بين مصدر المعلومات وسياسة غرفة الاخبار اصبح ادراك القائم بالاتصال لسمات الجمهور المحتمل اقل تحديدا، وكلما زاد انقياده لكتابة تقلل من هذا الصراع[2]، وهذا يعني ان القائمين بالاتصال قدموا مصادر الاخبار على الجمهور في حين ان المسؤولية الاجتماعية تقضي ان يتقدم القراء على سواهم عند اعداد المحتوى الاخباري لانهم من سيقرا الجرائد وسيحكم على مضمونها.

هناك نوعان أساسيان في مصادر المعلومات هما المصادر البشرية والمصادر المادية والفرق بينهما ودرجة الاعتماد عليها وضحهما سيد (كينيث كلارك)، الكاتب والناقد البريطاني (اذا ما كان علي ان احدد من يقول الحقيقة عن المجتمع، خطاب يلقيه وزير الاسكان ام ابنية شيدت في عهده، فانني سوف اصدق الابنية"[3] وعلى الرغم من الأهمية التي تتمتع بها المصادر البشرية فانها ليست أكثر المصادر ثقة، اذ غالبا ما يكتشف القائم بالاتصال ان لمصادر المعلومات مصالحها التي تريد ان تحميها وبرامجها وأفكارها التي تريد ان تروج لها.

وقد تسعى مصادر المعلومات للحصول على مساندة القائم بالاتصال بطرق متعددة، فقد يطلبون مراجعة القصة الاخبارية قبل نشرها، أو حذف بعض التعليمات أو عدم الافصاح عن شخصياتهم، وقد يرفض المصدر مجرد التعليق الا اذا اعطي الضمانات الكافية لوصول القصة الاخبارية وفق ما يبتغيه[4].

وفي حالات يرفض المصدر الحديث للقائم بالاتصال إلى ان يحصل على تخويل من قبل مسؤوليهم الأعلى منهم، ولا يجد القائمون بالاتصال خيارا سوى الاتصال بالمسؤول الاعلى[5]. وربما يكون القائم بالاتصال وثيق الصلة بالمصدر، الأمر الذي يدفعه لان يكون مترددا في ايذائه

---

(1) د. حسن عماد مكاوي، د. ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مصدر سابق، ص182.

(2) سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاوي، الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مصدر سابق، ص113.

(3) ميلفن مينتشر، تحرير الاخبار في الصحافة والاذاعة والتلفزيون، مصدر سابق، ص144.

(4) هربرت سترنر، مصدر سابق، ص88.

(5) كارول ريتش، كتابة الاخبار والتقارير الصحفية، ترجمة: د. عبد الستار جواد، (الامارات: دار الكتاب الجامعي، 2002)، ص141.

أو احراجه ولكي يتجنب القائمون بالاتصال هذا الموقف عليهم ان يرسموا خطا فاصلا بين حياتهم المهنية والشخصية، فيجب ان تكون "ثمة مسافة معينة بين القائم بالاتصال والمصدر، ليس جدارا ولا سياجا، بل مساحة من الهواء"[1]، ومتغيرو المنفعة والقيم الذاتية يحددون السلوك المهني للقائمين بالاتصال، ومدى خضوعهم لرغبات مصادر المعلومات أو رفضهم لها والميل نحو الاستقلالية في العمل الصحفي"[2].

وتؤدي مصادر الاخبار دورا كبيرا في تهديد استقلالية الصحفي عن طريق سيطرتها على إدارة عملية الاخبار فهي قادرة بحكم قوتها كمصادر للمعلومات على فرض ما تراه مناسبا لاغراضها الخاصة أو مصالحها الاقتصادية والسياسية وهي قادرة على عرقلة وصول الصحفي إلى المعلومات التي يريدها انطلاقا من توجهه المهني وسياسة جريدته واهتماماتها[3].

ويعاني القائمون بالاتصال من حالة عدم المساواة في الحصول على المعلومات، إذ يخص بعض المسؤولين جرائد احزابهم بمعلومات مهمة ويتجاهلون الجرائد الأُخرى، أو يزودونها بمعلومات غير مهمة، وهناك ضغوط أُخرى تتعلق بمساومات المكاتب الإعلامية للمؤسسات الحكومية التي تشترط على الصحفيين عدم توجيه انتقادات لمؤسساتهم مقابل ضخ المعلومات. كما تمارس السلطة الحاكمة ضغوطا على القائمين بالاتصال عن طريق اعطاء الافضلية لبعض الصحفيين في مرافقة الوفد الرسمي اثناء زيارتهم لدول أُخرى، واستبعاد الذين ينتقدون اداءها من جداول السفر.

وقد يتم استغلال القائم بالاتصال من قبل المصدر المسؤول بان يزوده بمعلومات لايصالها للجمهور والاطلاع على ردود فعل الرأي العام كي يغير في سياساته ويحرك المعارضة للكشف عن موقفها وهذا يسمى (بالون اختبار) كما ان عملية تسريب المعلومات من قبل أشخاص معينين في الحكومة قد يكونوا مسؤولين أو شخصاً يعمل في الحكومة ولا يحبذ سياستها أو لجذب اهتمام المكاتب الإعلامية الأُخرى واحيانا ينكر من يسرب المعلومات ذلك، وبما ان القائم بالاتصال هنا يشعر انه على عهد بان لا يكشف المصدر لذلك يقع في مشكلة تهز مصداقيته[4].

---

[1] ميلفن مينتشر، مصدر سابق، ص148.

[2] د. محمد سعد احمد ابراهيم، المسؤوليات الأخلاقية والقانونية للصحفيين وعلاقتها بالسمات الشخصية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي التاسع (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2003)، ص112.

[3] لؤي مجيد البلداوي، مصدر سابق، ص101.

[4] كارولين ديانا لويس، التغطية الاخبارية للتلفزيون، ترجمة: محمود شكري العدوي، (القاهرة: المكتبة الاكاديمية، 1993)، ص160- 161.

وقد يشكل الأسلوب الذي يتبعه المسؤولون في الحكومة ضغطا على القائم بالاتصال عن طريق تزويده بالاخبار بصورة مستمرة حتى وان كانت غير ذات أهمية ولكنها تصاغ بعناية وتنطوي على وعود مغرية في يوم تضمحل فيه الاخبار وسواء كانت هذه اخبار أم لا فهذه مسألة، اما اذا كانت هناك اخبار أُخرى مهمة لا تتم تغطيتها بسبب هذا الانشغال فهذه مسالة خطيرة، إذ يدرك المسؤولون ان التشتيت والتنويع هو احدى وسائل صرف عقول الناس عن المشكلات الحقيقة وعندما يساير الصحفيون هذا التكتيك فانهم يقصرون في تحمل مسؤولياتهم العامة والمهنية[1].

وقد كشفت احدى الدراسات* إن المصادر الرسمية أو التابعة للسلطة الحاكمة تعرقل احيانا عمل الصحفيين وتمنعهم من الوصول إلى المعلومة لخوفها من تسليط الاضواء على الاحداث من قبل الوسائل الإعلامية.

وهناك وجه اخر لسيطرة المصدر على القائم بالاتصال عن طريق تقديم القائم بالاتصال تعهداً بعدم نشر الاخبار في حالة حضور بعض المؤتمرات، وهذا الأسلوب يستخدم لمنع الصحفي من نشر اخبار قد تنطوي على اساءة للحكومة، اما الحكومة فقد تقدم معلومات خلفية عن بعض الموضوعات مع النص على انها ليست في الوقت الحاضر للنشر، ويتم استخدام هذا الأسلوب باستمرار لتحويل القائم بالاتصال عن أهدافه ومنعه من نشر المعلومات[2].

كما ان مصادر الاخبار تمارس ضغوطا على القائم بالاتصال عن طريق الجوائز التي تمنحها في مجال اختصاصها والدعوات التي توجه لحضور النشاطات والاحتفالات وتحملها النفقات كلها وما يترتب من امور مالية للقائمين بالاتصال الذين يلبون الدعوة[3].

وترى المؤلفة ان محاولة مصدر المعلومات احتواء القائم بالاتصال يؤثر على ادائه المهني وعلى مدى تمسكه بأخلاق المهنة الصحفية ومنعه من ممارسة حقه في النقد لانه قد يجد نفسه محاصرا بالمجاملات أو الممنوعات والتي تشكل نوعا من الضغوط التي تتطلب منه ان

---

[1] كارولين ديانا لويس، التغطية الاخبارية للتلفزيون، مصدر سابق، ص155.

* الدراسة بعنوان "مدى تمكن المؤسسات الصحفية في قطاع غزة من الوصول إلى مصادر المعلومات"، اعداد (برنامج مراقبة وسائل الإعلام في مؤسسة الضمير لحقوق الإنسان، (2008)، شبكة الانترنت على الموقع (www.freewebtown.com) تاريخ القراءة 2009/3/5.

[2] د. جيهان رشتي، الإعلام والمجتمع، مصدر سابق، ص180.

[3] Phillips Davision, James Boylan, Fredrick t.C. Mass media system and Effects, (London: Pracger Publishens, 1976), P. 93.

يكون مستقلا ويتعامل بحرفية عالية مع مصادر معلوماته كي يستطيع ان يحقق أهداف عمله الصحفي ومنها ايصال المعلومات الصحيحة وغير المزيفة أو المشوهة للجمهور.

5. الجمهور:

ان الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال، مثلما يؤثر القائم بالاتصال على الجمهور، فالرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال يحددها توقعاته عن ردود فعل الجمهور، ومن ثمّ يؤدي الجمهور دورا ايجابيا في عملية الاتصال[1].

فمضمون الرسالة الإعلامية لم يخلق لذاته وانما لغرض تقديمه لجمهور محدد، ربما كان مفقودا مسبقا من قبل القائم بالاتصال، ولا بد لهذا المضمون ان ينسجم مع توقعات الجمهور المستقبل للرسالة وكذلك تقبلها ويتأثر عمل القائم بالاتصال بما يعتقد ان الجمهور يريده وإلى حد ما بما يعتقد ان الجمهور يجب ان يحصل عليه، فيحاول ان يعطي جمهوره مضمونا افضل قليلا من الذي يريده ذلك الجمهور، ولكن تحديد ما يريده الجمهور صعب بعض الشيء، فاهتمامات الجمهور تتغير ولا تتسم بالثبات.

ويضع الجمهور في ذهنه فيما تتعلق بتصوراته المختلفة فاذا استقبل مادة لا تتفق وهذه القيم أو تتنافر معها، فانها تواجه بمقاومة شديدة أو قد يهملها تماما أو يهاجم مصدرها ويسيء فهمها، ومن ثمّ لا تحقق التأثير المطلوب بخلاف المادة التي تتفق وتصورات الجمهور فانه يتقبلها ويشكل هنا عامل ضغط على القائم بالاتصال لانه سيجد نفسه مجبرا احيانا على مسايرة تصورات الجمهور[2].

وتعد طبيعة الجمهور عاملا أساساً في تحديد الطريقة التي تحرر وتنشر فيها المادة الصحفية، ويتعلم القائمون بالاتصال بالممارسة كيف يتنبؤون باستجابات وردود فعل الجمهور الواسع ازاء موضوع معين، ويؤدي التخمين في بعض الاحيان إلى احداث قدر من التفاوت في الاخبار، ولاسيما فيما يتعلق بما يعرفه الجمهور الان، أو ما يريد اثباته، كما قد يؤدي إلى الافراط في تبسيط التغطية[3].

اذ تشير الابحاث إلى عدم وجود أي نوع من الاحتكاك أو الاتصال المباشر أو المعرفة الكافية بالجمهور في أوساط الصحفيين[4]، ومن الضروري ان يدرك القائم بالاتصال المتغيرات

---

(1) د. حسن عماد مكاوي، د. ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مصدر سابق، ص183.

(2) د. محمد منير حجاب، مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة، مصدر سابق، ص254.

(3) ميلفن مينتشر، مصدر سابق، ص51.

(4) د. سعيد محمد السيد، مصدر سابق، ص11.

التي تؤثر على الطريقة التي يستقبل بها الجمهور الرسائل ويفسرها ويستجيب لها ومنها: الثقافة، والتنشئة الاجتماعية، مستوى التعليم، والوضع الاجتماعي والاقتصادي، والتوقيت، والاستخدامات والاشباعات، والحاجات والاهتمامات[1]، والتي تتحكم في خيارات القائم بالاتصال على مستوى انتقاء الاخبار والمعلومات ومعالجتها.

اما التغذية المرتدة والتي تعني الرسائل الموجهة من الجمهور إلى القائمين بالاتصال فتؤدي إلى تعديل العمليات الادراكية الدافعية والمعرفية والتي تعدل السلوك الظاهري للقائمين بالاتصال الذي يحاول تتبع رسالته التي وجهها للجمهور ومعرفة ما احدثت فيهم من تأثير[2]، وتأتي التغذية المرتدة عادة بعد ان تصل الرسالة للجمهور ويفهمها ويوجه رسالته بدوره للقائم بالاتصال الا ان هناك تغذية متقدمة يسعى عن طريقها القائم بالاتصال إلى معرفة مواقف الجمهور المسبقة قبل النشر النهائي للرسالة الإعلامية، وذلك عن طريق اختبار مسبق للرسالة يجري على جماعة مختارة من الجمهور يسألون فيه التعبير عن استجابتهم للرسالة التي تكون موضع الاختبار، بحيث يشيرون إلى ما اعجبهم وما لم يعجبهم وهذا الأسلوب يفيد القائم بالاتصال بتعديل رسالته قبل عرضها على الجمهور[3]. فالتغذية المرتدة تعني استمرار عملية الاتصال أو استمرار "التفاعل" بين كل من القائم بالاتصال والجمهور[4].

كما يحاول القائمون بالاتصال ان يقيموا (مشاركة) مع الجمهور لادراكهم ان توصيل المعلومات للآخرين يعني أكثر من نقلها اليهم[5].

وعن طريق التغذية المرتدة يمكن معرفة ميول ورغبات الجمهور في موضوعات الجريدة والكيفية التي يقرا بها الجمهور هذه الموضوعات وأكثر موضوعات الجريدة قراءة، والملاحظات التي يبديها حول طريقة تناول هذه الموضوعات وأسلوب كتابتها وأكثر الفنون الصحفية تفضلا لديه، فضلا عن معرفة المشاكل والمعوقات التي تعترض إتمام العملية الاتصالية، مما يساعد القائم بالاتصال بالمحصلة النهائية على تحسين وتطوير طرق وأساليب تقديم الرسائل الإعلامية

[1] د. عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي: دراسة نظرية وتطبيقية، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2005)، ص124.

[2] طلعت منصور، سايكولوجية الاتصال، مجلة عالم الفكر، المجلد الحادي عشر، العدد الثاني، (الكويت: 1980)، ص116.

[3] صالح خليل ابو اصبع، الاتصال الجماهيري، مصدر سابق، ص20.

[4] د. محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، (مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 1998)، ص134.

[5] د. عبد العزيز شرف، ماهية التحرير الإعلامي، مصدر سابق، ص180.

ومضمونات هذه الرسائل وأسلوب كتابتها بما يتلاءم مع مستويات واذواق ورغبات الجمهور وبما يحقق أهداف العملية الاتصالية ويضمن نجاح القائمين بالاتصال في الوصول للقراء والتواصل معهم.

ان دور الجمهور لا يتوقف عند ممارسة الضغوط على القائمين بالاتصال، اذ انه يمكن ان يفعل الكثير لدعم الجرائد التي تتوافق اتجاهاتها مع توجهاته، ويتم ذلك عن طريق الاشتراك فيها الأمر الذي يوفر للمؤسسات الصحفية الاموال الكافية، وهذا الاشتراك يعد بمثابة رسالة عن اتحاد القارئ مع الجريدة.

6. الأخلاقيات المهنية:

لا يمكن أن يكون المرجع في تنظيم أية مهنة القانون فقط، بل يعتمد على تقاليد واداب تتحدد عن طريق الممارسة، ونتيجة التفاعل مع تقاليد المجتمع وادابه، وكلما كانت المهنة متصلة بالجمهور، دعت الحاجة إلى وضع اداب لها، لذلك بات من الضروري للقائمين بالاتصال الاستناد إلى مجموعة من القيم والتقاليد التي تشكل قاعدة أساسية للمحافظة على مجموعة مبادئ تسمى (أخلاقيات المهنة) والتي تشكل المضمون والالتزام الفكري والمهني تجاه القضايا المختلفة لحماية شرف الكلمة وشرف المهنة معا[1].

وهناك اتجاهان لطريقة وضع المواثيق الأخلاقية[2]:

1- يتعلق بحماية القائمين بالاتصال، اذ هناك مواثيق يصوغها العاملون في وسائل الاتصال تسعى لخدمة مصالحهم أكثر من خدمة مصالح الجمهور، وهم ملتزمون بتنفيذها.
2- يتعلق بحماية الجمهور، فهناك مواثيق تفرض على المهنة من غير العاملين فيها ويكون لها درجات مختلفة من الفاعلية وتخدم الجمهور.

إذ تقوم النقابات المهنية عادة بمراقبة سلوك الأعضاء المنتسبين لها ومدى انضباطهم وتقيدهم بما تفرضه واجبات المهنة ولهذا تعمل على ايجاد مجلس ضبط أو مجلس لتأديب الأعضاء الذين يخالفون قواعد المهنة، أو اصولها أو عندما يقومون بالإساءة إلى شرف المهنة، حتى تبقى سمعة المهنة سليمة في نظر الجمهور والا عاد الضرر على المجتمع[3].

---

[1] د. وائل عزت البكري، تطور النظام الصحفي في العراق 1958- 1980، (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، 1994)، ص173، ص174.

[2] د. ليلى عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، مصدر سابق، ص235.

[3] كريم مشط الموسوي، أخلاقيات الإعلان، دراسة تحليلية للإعلانات في الصحافة العراقية للمدة (2001-2002م)، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة بغداد: كلية الإعلام، 2003)، ص94.

ويضع الباحثون وعلماء الإعلام للتقاليد المهنية خمس دوائر أخلاقيـة يعمـل في إطارهـا الصحفي تسمى "دوائر" المتغيرات الأخلاقية الخمس، وتبدأ بدائرة صـغيرة في الوسـط، وتتـوالى الدوائر الأخلاقية المحيطة بها على مسافات متساوية، ويقف كل جرائدي داخل هـذه الـدوائر جميعـا وعليـه ان يخـرج منهـا بسـلام، وان يتخـذ قـرارا عقلانيـا سـليما، يحـدث بـه التـوازن المستهدف*.

وقد وجدت أخلاقيات المهنة لتكون بمثابة اطر عمل ترشد الأعضاء إلى الأسـلوب الامثـل لممارسة العمل الصحفي، وتعد من العوامل المؤثرة والتي تشكل ضغطا عـلى القـائم بالاتصـال وينجم عنها تأثيرات على المحتوى الصحفي، فأخلاقيـات المهنـة تتقـدم عـلى بقيـة الاعتبـارات، بعدها توجيهات ثابتة لقرارات الفرد في المواقـف المختلفـة والمعضـلات التـي يواجههـا العمـل المهني[1].

وتحدد النقابات المهنية عادة مواثيق شرف المهنة فقـد تـؤدي دورا خطـيرا لا يصـب في صالح المجتمع، وذلك عن طريق الدور الذي تعهد به الحكومة اليها، بمراقبة الجرائد والـتحكم في منح رخص الاصدار ومعاقبـة الصـحفيين المعارضـين لسياسـات السـلطة[2]، كـما ان السـلطة الحاكمة قد تصوغ القوانين الخاصة بالإعلام بأسلوب يسمح باسـتخدامها كضـغط عـلى القـائم بالاتصال مثلا المادة (36) من الدستور العراقي تؤكد ضمان حرية الصحافة والطباعة والإعـلان والنشر بشرط الا تتعارض مع الآداب العامة، وعبارة (الآداب العامة) غير واضحة المعنى ويمكن ان تستغل لغرض المزيد من القيود على الصحفي عـن طريـق ادعائهـا الحفـاظ عـلى الأخـلاق العامة والمهنة.

* تمثل الدوائر الاولى أخلاقيات الأفراد والثانية أخلاقيات المؤسسة والثالثة الأخلاقيات التي تضـعها النقابـات والجمعيات والرابعة قوانين الحكومات التي تضعها الهيئات التشريعية، والخامسة أخلاقيـات المجتمـع التي لا يتسامح بها الناس، انظر: وارن. ك. جي، وسائل الإعلام، ترجمة: ميشـيل تكـلا، (مكتبـة الـوعي العربي، 1984)، ص583- 586

[1] تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال، اصوات متعددة وعالم واحد، (الجزائـر: الشركـة الوطنيـة للنشر والتوزيع، 1981)، ص16.

[2] حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2002)، ص144.

ثانيا: القيم الذاتية للقائم بالاتصال واتجاهاته

ترتبط القيم بشخصية الفرد وذاته ارتباطا وثيقا وتظهر لديه على صور مختلفة من التفضيلات والاهتمامات والاختيارات والحاجات والاتجاهات والاحكام[1].

والقيم نسبية من الناحية التنظيرية وهي مثال جدال واختلاف بين الأشخاص والثقافات والاجيال، وهي ثابتة راسخة عند معتقديها، وتتضح معانيها الحقيقية في السلوك[2]. كما ان الأفراد يتباينون في قيمهم نتيجة تباينهم في العديد من العوامل الأُخرى كالعمر والجنس والقدرات والخبرات التعليمية والوضع الاقتصادي والاجتماعي الأخلاقي والثقافي[3].

وتعرف القيم بانها: " الاحكام التي يصدرها الفرد بالتفضيل أو عدم التفضيل للموضوعات أو الاشياء وذلك في ضوء تقييمه أو تقديره لهذه الموضوعات أو الاشياء وتتم هذه العملية عن طريق التفاعل بين الفرد بمعارفه وخبراته وبين مختلف الإطار الحضاري الذي يعيش فيه ويكتسب عن طريقة هذه الخبرات والمعارف"[4].

وهي أيضاً "تصور ظاهر أو مضمور لما هو مرغوب يميز الفرد أو الجماعة ويؤثر في الاختيار بين الوسائل والغايات المتاحة للسلوك"[5].

وعرفها علماء النفس بانها "محددات لسلوك الفرد سواء اكانت نفسية أو اجتماعية أو جسمية"[6].

ونجد ان هذه التعريفات لم تخرج عن نطاق كون القيم احكام أو تصور أو محددات.

والقيمة هي تلك الدينامية التي تدفع القائم بالاتصال إلى سلوك معين في موقف معين، وهي ذلك التنظيم الخاص للخبرة الناتجة عن مواقف الاختيار والمفاضلة بين الاخبار والأفكار والذي يدفع إلى ان يتصرف القائم بالاتصال بصورة محددة في المواقف المهنية[7].

وتعني القيم الذاتية للقائم بالاتصال الجوانب التي تتعلق بشخصية القائم بالاتصال ونظرته إلى ذاته وقيمه ومعتقداته ومميزات شخصيته التي تنعكس على عمله، ويظهر دور

---

[1] عبد الغفار رشاد، دراسات في الاتصال، (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، ط1، 1984)، ص44.

[2] فوزية ذياب، القيم والعادات الاجتماعية، (بيروت: دار النهضة العربية، 1986)، ص84- 85.

[3] نجيب اسكندر، قيمنا الاجتماعية واثرها في حياتها الشخصية، (القاهرة: مكتبة النهضة، 1962)، ص5.

[4] د. عبد اللطيف خليفة، ارتقاء القيم، دراسة نفسية، سلسلة عالم المعرفة، العدد 160، (القاهرة، 1992)، ص59.

[5] محمد توفيق السيد، القيم، (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، بدون تاريخ)، ص607.

[6] محمد هاشم الهاشمي، الاتصال التربوي وتكنولوجيا التعليم، (عمان: دار المناهج للنشر، 2001)، ص59.

[7] سعيد فودة، الاتجاهات النفسية والاجتماعية وعلاقتها العضوية بالسلوك البشري، شبكة الانترنيت، موقع شبكة الاستراتيجية، 2005.

العوامل الذاتية في التحكم بالمحتوى الإعلامي في مراحل العملية الصحفية كلها بدأ من قرار تغطية حدث معين إلى قرار النشر.

وتتأثر القيم الذاتية للقائم بالاتصال بالانتماءات المرجعية له فيعد الانتماء عنصرا محددا من محددات شخصيته، لانه يؤثر في طريقة التفكير والتفاعل مع العالم المحيط بالفرد، وهذه الجماعات المرجعية يشارك الفرد أعضاءها في الدوافع والميول وتتمثل قيمهم ومعاييرهم في اتخاذه قراراته أو قيامه بسلوك معين، لانه يرجع اليها في تقييم سلوكه ويربط نفسه بها[1].

والقائم بالاتصال غير منقطع عن احاسيسه وقضاياه ومواقفه فلابد ان يتسرب بعض داخله إلى المادة الإعلامية التي يقوم بصياغتها،[2] فبالرغم من قول العديد من الصحفيين ان اللاشخصية والموضوعية هي التي تحدد طبيعة الاخبار، فمن الواضح ان الصحافة تقوم على الاختبار والانتقاء، وهذه العملية هي قضية شخصية إلى حد بعيد، تتأثر بعوامل عديدة منها القيم الذاتية للجرائدي،[3] فالخطاب الإعلامي ليس الا مجموعة من الصور الذهنية التي يحرص القائم بالاتصال على تضمينها وفقا لتفضيلاته وتجربته الادراكية التي يقيس عن طريقها الحدث، فالقائم بالاتصال هنا يؤدي الدور الاكبر في التأثير على مجريات الاحداث وسياقاتها عن طريق مرشحات الرؤية الخاصة به[4].

وتوجه إحدى الباحثات نصيحة للقائم بالاتصال إذ(يجب ان تبقى غير منحاز حتى وانت تنقل الأفكار والمعلومات التي لا ترضى عنها شخصيا، ليس من حقك ان تستخدم الصحافة سلاحا لترويج أفكارك واهتماماتك ففي بعض الاحيان ستجد لزاما عليك ان تبلغ الجمهور امورا تحزنك وأفكارا تتعارض مع ما تعتقد، لا تحبس ابدا معلومة لا تتفق مع ما تعتقد، قلها بامانة)[5].

وتمسك القائم بالاتصال بقيمة الذاتية ومعتقداته قد يؤثر سلبا على الجمهور، فقد يقع القائم بالاتصال فيما اسماه (وليام سافير William Safir) احد كتاب الاعمدة في جريدة نيويورك تايمز، "الانتقاء الاختياري للخطا" لان ما يعلم عنه يكون ثنائي المستوى إذ يهاجم القائم بالاتصال من يعتقد انهم لا يستحقون ويميل مع من يعتقد انهم يمثلون الجانب الطيب،

(1) د. حسن عماد مكاوي، د. ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مصدر سابق، ص179.
(2) جان جبران كرم، مدخل إلى لغة الإعلام، (بيروت: دار الجيل، 1996)، ص152.
(3) ميلفن مينتشر، مصدر سابق، ص52.
(4) د. عبد الله مسعود الطويرقي، صحافة المجتمع الجماهيري؛ سوسيولوجيا الإعلام في مجتمعات الجماهير، مصدر سابق، ص205.
(5) كارولين ديانا لويس، مصدر سابق، ص105.

وهنا يحدث على صورة واحدة من العالم الحقيقي، تمثل المفهوم الشخصي للقائم بالاتصال وهذه ليست مهمة الصحافة المنصفة[١].

وتتباين البحوث في النظرة إلى أهمية القيم الذاتية للقائم بالاتصال ومدى ما تشكله من ضغط على أدائهِ المهني، وبعضها يؤدي مبدأ تأثير القيم الذاتية للقائم بالاتصال على انتقائه الأخبار فيؤكد (كيرت لوين) ان سلوك القائم بالاتصال يتاثر بشكل كبير بالجماعات التي ينتمي لها[٢]، في حين يشير الباحثان (ويفر- وويلهوت) إلى ان تأثير القيم الذاتية للقائم بالاتصال بدأت تنحسر في ظل الظروف الخاصة بالصناعات الإعلامية في وقتنا الحاضر وامام ضغوط وقيود المؤسسة الإعلامية والروتين[٣].

أما الاتجاه فهو "الاستعداد أو الميل المكتسب الذي يظهر في سلوك الفرد عندما يكون بصدد تقييم شيء أو موضوع، ويشمل نوع من التقييم الايجابي أو السلبي أو المحايد"[٤] والاتجاه "تنظيم متناسق من المفاهيم والمعتقدات والعادات والدوافع بالنسبة لشيء واحد"[٥].

بانه: (ما تستطيع بواسطته تفهم عملية الوعي، والشعور الذي يحدد النشاط الفكري الممكن أو الواقعي بالنظر إلى القيم الاجتماعية وفي ضوئها، وحيث يمثل هذا الفعل او النشاط بأي شكل من اشكاله الرابطة أو الرباط بين الفرد والقيم الاجتماعية"[٦].

في حين يعرفه عالم النفس الأمريكي (جوردون البورت Allport) "احدى حالات التهيؤ والتاهب العقلي العصبي التي تنظمها الخبرة، وما يكاد يثبته الاتجاه حتى يمضي مؤثرا وموجها لاستجابات الفرد للاشياء والمواقف المختلفة، فهو بذلك ديناميكي عام"[٧].

كما يعرف بانه "شعور الفرد وسلوكه حيال المواقف والاحداث الاجتماعية التي تسود الجماعة"[٨].

---

[١] كارولين ديانا لويس، المصدر نفسه، ص١٧٢.

[٢] د. سعيد محمد السيد، د. حسن عماد مكاوي، الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مصدر سابق، ص١٠٥.

[٣] د. سيد بخيت، العمل الصحفي في مصر، سيسولوجية الصحفيين المصريين، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ١٩٩٨)، ص٣٦.

[٤] د. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الأول، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣)، ص١٧.

[٥] د. شوقي ناجي جواد، سلوكيات الإنسان: انعكاساتها على إدارة الأعمال، (بغداد: دار الحكمة للطباعة والنشر، ١٩٩٢)، ص١٦٤.

[٦] د. محمد عودة، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، (الكويت: مطبعة ذات السلاسل، ط٢، ١٩٨٩)، ص١٥٧.

[٧] محمد خليل خميس الجيملي، بناء مقياس اتجاهات طلبة المرحلة المتوسطة نحو التعليم المهني، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة بغداد: كلية التربية ابن رشد، ١٩٨٩)، ص١٨.

[٨] عبد الرحمن عيسوي، اتجاهات جديدة في علم النفس الحديث، (بيروت: دار النهضة العربية، ١٩٨٣)، ص٨٠.

والاتجاه أيضاً "استعداد أو تهيؤ عقلي يتكون عند الشخص نتيجة العوامل المؤثرة في خبراته، يجعله يقف موقفا معينا نحو بعض الأفكار او الأشخاص او الأشياء التي تختلف فيها وجهات النظر بحسب قيمتها الخلقية أو الاجتماعية"[١].

وهناك تعريف اخر يعطي مفهوما للاتجاه قريب من المعنى الذي تريد المؤلفة ان تناقشه في هذا البحث وهو "حالة من الاستعداد العقلي والعصبي، التي تكونت في أثناء التجارب الخبرات السابقة التي مر بها الإنسان والتي تعمل على توجيه الاستجابة نحو الموضوعات والمواقف التي لها علاقة به"[٢].

ويرى الباحثون في سيكولوجية الشخصية ان الشخصية ما هي الا مجموعة من الاتجاهات النفسية التي تتكون عند الشخص فتؤثر في عاداته وميوله وعواطفه وأساليب سلوكه، وانه على قدر مواقف هذه الاتجاهات وانسجامها تكون قوة الشخصية وعلى قدر فهمنا اتجاهات الفرد يكون فهمنا لحقيقة شخصيته[٣]، ويتكون الاتجاه سريعا أو تدريجيا في الإنسان وقد يكون خفيفا وقتيا اوعميقا ثابتا ومستمرا[٤]، ويعتمد الاتجاه في تكوينه على الحاجات الداخلية للفرد، وتجاربه الشخصية في الحياة، وعلى المتطلبات الخارجية الاجتماعية والثقافية، والانتماء إلى الجماعة ذو مفعول حاسم في تقرير نوعية الاتجاهات[٥].

ويختلف الاتجاه عن الرأي، فالرأي قد لا يتوافق مع الاتجاه، اذ يتكون الاتجاه ولا يشترط ان يعبر عنه الإنسان، أي ان هناك اتجاهات كامنة لا يمكن استشفافها عن طريق الرأي[٦]، ومع هذا فان بعض علماء النفس يرون ان الاتجاه والرأي اصطلاحان مترادفان[٧].

وهناك فرق أيضاً بين الاتجاه والقيم كالفرق بين العام والخاص إذ تقف القيم كمحددات لاتجاهات الفرد، إذ أنها تجريدات وتعميمات تتضح عن طريق تعبير الأفراد عن اتجاهاتهم حيال موضوعات محددة أي ان مفهوم القيمة اعم واشمل من مفهوم الاتجاه[٨].

---

[١] المصدر نفسه، ص٧٩.

[٢] د. خليل عبد الرحمن المعايطة، علم النفس الاجتماعي، (الاردن: دار الفكر، ٢٠٠٧)، ص١٤٦- ١٤٧.

[٣] د. محمد خليفة بركات، علم نفس التعليم، (الكويت: دار القلم، ج٣، ١٩٧٦)، ص١٣٧.

[٤] د. فخري الدباغ، الحرب النفسية، (بغداد: منشورات وزارة الثقافة والفنون، ١٩٧٩)، ص١٢.

[٥] المصدر نفسه، ص١٣.

[٦] د. محمود عودة، أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، مصدر سابق، ص١٦١.

[٧] د. يوسف محمود شيخ، د. جابر عبد الحميد، سيكولوجية الفروق الفردية، (القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٦٤)، ص٥٠٦.

[٨] عبد الكريم الشظمي، سيكولوجية الاتجاهات، (شبكة الانترنيت موقع الاستراتيجية، بتاريخ ٢٠٠٩/٢/١٢.

اما الاهتمامات أو الميول فقد تبدو متشابهة مع الاتجاه وذلك لان الاهتمام أو الميل إلى شيء ما يعبر في مضمونه عن الاتجاه نحو هذا الشيء، وعلى هذا يمكن ان نضع حدا فاصلا بين الميل والاتجاه فالاول خليط من الاحساسات والمشاعر الذاتية وبعض الانماط السلوكية الموضوعية، لذلك فان الميل أو الاهتمام يختلف عن الاتجاه[1].

والفرق بين الاتجاه والمعتقد، فالمعتقد اضيق من مفهوم الاتجاه، ويعني معارف الشخص وتصوراته عن موضوع ما، أو أشخاص بعينهم، لذا فالمعتقد ذو طبيعة معرفية (معلوماتية) ولا يتصف بالصفة الانفعالية، فيشير إلى مكون واحد من مكونات الاتجاه[2].

ويفرق بين العاطفة والاتجاه بإن العاطفة تقتصر على الناحية الانفعالية الشعورية، والاتجاه هو الحالة العقلية التي توجه استجابات الفرد، اما العاطفة فهي صفة نفسية مكتسبة لها اثر كبير في تكوين الشخصية[3].

وتعد اتجاهات القائمين بالاتصال نظاما متطورا للمعتقدات والمشاعر والميول السلوكية تنمو باستمرار تفاعلهم مع البيئة الإعلامية وفهمهم خصائص الممارسة المهنية، ولا يستطيع القائم بالاتصال ان ينشيء اتجاها عن فكرة معينة الا اذا كانت في محيط ادراكه، أي انه لا يستطيع تكوين اتجاهات حيال اشياء أو أشخاص لا يعرفهم[4].

ويمكن تقسيم اتجاهات القائم بالاتصال على:

أ- الاتجاهات الدينية:

يعد الدين مؤثرا مهما في تكوين عقيدة القائم بالاتصال وقيمه وخياراته، إذ تظهر تأثيراته سواء في تغليب نوعية مضامين معينة عن سواها، أو في التعرض لقضايا معينة وتجاهل أُخرى ومراعاة تعاليمه في أساليب الكتابة والتحرير واختيار الكلمات والمعاني وفي تنظيم العمل الصحفي ومواعيده، ويتزايد هذا التأثير في المجتمعات المحافظة وذات الرسالات السماوية، ويساعده وجود توافق بين الانتماء الديني للقائم بالاتصال، وبين التوافق في الخيارات والاهتمامات، والمباح والمحرم، والمرغوب والمكروه، سواء في المضمون أو الشكل[5].

---

[1] سعيد فودة، مصدر سابق.

[2] عبد الكريم الشظمي، مصدر سابق.

[3] د. فؤاد البهي السيد، علم النفس الاجتماعي، (القاهرة: دار الفكر العربي، ط2، 1955)، ص248.

[4] سعيد فودة، مصدر سابق.

[5] د. سيد بخيت، العمل الصحفي في مصر- دراسة سوسيولوجية للصحفيين المصريين، مصدر سابق، ص40.

ب. الاتجاهات الاجتماعية:

من المتعذر الفصل بين ادوار القائمين بالاتصال وادائهم عن الواقع الاجتماعي الذي يعملون فيه[1]. ويتأثر كل فرد بالجماعات التي ينتمي اليها، لان كل فرد يستمد جزاءه واحساسه بالأمن والطمأنينة من رضا الجماعات التي هو عضو فيها، وتقدير الفرد لعضويته في الجماعة يؤدي دورا مهما في تحديد تأثير تلك الجماعة عليه، فكلما زاد تقدير الفرد لجماعة من الجماعات كان من الصعب تغيير اراءه بدون ان تغير تلك الجماعة ارائها، وحدوث نقاش داخل البيئة الاجتماعية للقائم بالاتصال يجعله يدرك انماطها وتقاليدها مما يجعله يختار الحقائق والأفكار التي تتفق مع تلك الانماط والتقاليد ويتجنب ما يخالفها[2].

وهناك ثلاثة اتجاهات نظرية يمكن ان تحدد طبيعة الاتجاهات الاجتماعية للقائم بالاتصال[3]:

1. الاتجاه الأول: يرى ان القائم بالاتصال يسعى عموما وعن غير قصد لتأييد وتعزيز القيم الاجتماعية السائدة في المجتمع.
2. الاتجاه الثاني: يرى إن القائم بالاتصال يخضع لمجموعة من العوامل منها تأثيرات قوى السوق ومتطلبات العمل الإعلامي والممارسات الإعلامية المتبعة.
3. الاتجاه الثالث: ويرى ان القائم بالاتصال يمارس عمله الإعلامي بالدفاع بشكل مباشر عن مصالح طبقة معينة، أو نظام حكم معين.

وهناك نوع من العلاقة بين اتجاهات القائم بالاتصال والمظاهر الاجتماعية، اذ يحاول القائم بالاتصال ان يعبر عن المظاهر الاجتماعية عن طريق المعاني الأساسية المشتركة للتراث الغزير من المعتقدات والقيم التي تدافع كلها عن حقوق الإنسان وكرامته وتدعو إلى الاخاء والتفاهم والمحبة[4].

ج- الاتجاهات السياسية:

تؤدي الاتجاهات السياسية للقائم بالاتصال دورا مهما في توعية المضمون الذي يسعى لتأكيده، وطرق اختياره له، ولرؤيا المعالجة واتجاهاتها، ومع تعدد التوجهات السياسية والحزبية للجرائد تتعدد الرؤى للاحداث والقضايا، وتتباين المواقف حولها، وقد تدفع اتجاهات القائم

---

[1] علاء الدين احمد خليفة، مصدر سابق، ص115.
[2] جيهان احمد رشتي، الاسس العملية لنظريات الإعلام، مصدر سابق، ص617.
[3] دينس مكويل، مصدر سابق، ص200.
[4] د. ابراهيم الداقوقي، الانظمة الاذاعية، (بغداد: مطبعة وزارة الاوقاف والشؤون الدينية، 1985)، ص142-143.

بالاتصال وانتماؤه السياسي إلى تبنيه لخيارات معينة عن سواها في العمل الصحفي، ويعد البعض الاتجاهات السياسية هي ثاني العوامل من حيث القدرة على التأثير في خيارات القائمين بالاتصال للاخبار بعد الانحياز الثقافي، وتشير الدراسات الحديثة عن التوجهات السياسية للقائمين بالاتصال إلى وجود تنوع في الانتماء السياسي بينهم[1].

وفي إطار الممارسة الإعلامية نجد ان حارس البوابة في الجرائد ينتقي الرسائل الإعلامية التي تنسجم مع ايدلوجيته الفكرية أو تشكل أهمية لحزبه اذا كان منتميا له، وتؤكد الدراسات الإعلامية ان حارس البوابة كلما كان ذا اتجاه سياسي أو عقائدي سيؤثر ذلك في قراراته في نشر الرسائل الإعلامية، ويهمل كل ما يخالفه أو يتعارض مع مصالحه، أو على الاقل سيقلل من شانه[2].

وهناك بعض القائمين بالاتصال الذين يعملون تحت غطاء ثقيل من اتجاهاتهم السياسية فيعدون المواد الصحفية ويلونونها بمهارة بحيث تبدو حقيقة فيسهل تصديقها[3]، وهناك علاقة بين الاتجاه السياسي للقائمين بالاتصال وادائهم الإعلامي، إذ أن عدداً من القائمين بالاتصال الذين تتعارض اتجاهاتهم الايديولوجية مع السياسة الإعلامية يلجؤون إلى نشر أعمالهم في وسائل أُخرى تتناغم مع اتجاهاتهم السياسية، أي ان أداءهم الإعلامي يصبح روتيناً في الوسائل التي تتعارض مع اتجاهاتهم[4].

ويوجد نوع من العلاقة بين اتجاهات القائمين بالاتصال السياسية والرضا المهني، اذ ان الاتجاه السياسي المتوافق في اتجاه الجريدة يخلق حالة من الرضا الوظيفي، وتقديم عمل أفضل، وفي حالة عدم التوافق، يتراجع مستوى الأداء للجرائدي[5].

ومن جانب اخر فان للقائم بالاتصال اتجاهات نحو ذاته ونحو الموضوع ونحو الجمهور، فاتجاهه نحو ذاته يؤثر على نوع الرسالة التي ينشرها وعلى تأثيرها، فاذا كان اتجاهه نحو ذاته ايجابيا فانه يولد الثقة في نفسه مما ينعكس على من يتعاملون معه فيثقون فيما يقوله أو يعقله، واتجاهه نحو الموضوع فلابد ان يؤمن بما يكتب وينشر، فالقائم بالاتصال يكلف بالكتابة عن اشياء كثيرة واذا لم يؤمن بصدق ما يقوله ويقتنع به، يصبح من الصعب عليه ان ينقل معلوماته بفاعلية اما اتجاه القائم بالاتصال نحو الجمهور فيعد من العوامل التي تحدد

---

(1) د. سيد بخيت، العمل الصحفي في مصر- دراسة سوسيولوجية للصحفيين المصرين، مصدر سابق، ص39.

(2) د. صالح خليل ابو اصبع، إدارة المؤسسات في الوطن العربي، مصدر سابق، ص95.

(3) د. خليل صابات، الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم، مصدر سابق، ص258.

(4) د. مرعي مدكور، مصدر سابق، ص196.

(5) المصدر نفسه، ص196.

مدى نجاح أو فشل الاتصال، فالجمهور لا يستمع ولا يقتنع بكلام شخص يشعر انه لا يهتم به حتى وان كان ما يقوله صحيحا ومنطقيا[1].

ويفترض السلوك المهني على القائم بالاتصال ان يعتمد على الضبط الذاتي للمشاعر والميول والاتجاهات في المواقف المختلفة والاحتفاظ بحاجاتهم الخاصة بعيدا عن مواقفهم المهنية كذلك التصرف بطريقة مهنية والاعتماد على الأسلوب الموضوعي واستخدامهم الفهم والتحليل بدلا من الاحكام العشوائية[2].

ومما تقدم نجد ان القيم الذاتية للقائم بالاتصال واتجاهاته تشكل ضغطا عليه وتؤثر في ادائه الصحفي مهما حاول ان يبتعد عن الذاتية ويلتزم بالموضوعية فلا بد ان يتسرب شيئ منه للسطور التي يكتبها والخبرة المهنية ومستوى التدريب والتعليم الذي يحظى به القائم بالاتصال يمكن ان يساعد في ضبط ذاتية القائم بالاتصال ويجعله يتعامل مع الموضوعات الصحفية بحرفية أكثر.

---

(1) د. جيهان احمد رشتي، الاسس العملية لنظريات الإعلام، مصدر سابق، ص132- 133.

(2) د. احسان محمد الحسن، بهيجة احمد شهاب، خدمة الجماعة، مصدر سابق، ص292- 293.

المبحث الثالث

ضغوط البيئة والعوامل الفاعلة فيها

كل اتصال يحدث في مكان ما، لابد ان يعبر عن سياق ما، والسياق هو البيئة التي تمدنا بقواعد واحكام للتفاعل معها، وتتمثل البيئة الاتصالية في المكان والزمان والأشخاص، هذا كله يؤثر في عملية الاتصال حتى لو لم نعي ذلك، ولا يمكن فصل البيئة الاجتماعية أو السياسية أو الثقافية عن عملية الاتصال فكلما كانت البيئة التي يتم فيها الاتصال ذات جوانب مشتركة بين المرسل والمستقبل كانت فرص نجاح عملية الاتصال اكبر[1].

واذا لم يلم القائم بالاتصال ببيئة الاتصال فان الرسالة الإعلامية لا تحقق النجاح لانها لم تأخذ في حسبانها ظروف مستقبل الرسالة، ومن ثمّ فقد لا يستجيب المستقبل أو قد يكون رد الفعل في اتجاه مغاير لهدف العمل الإعلامي، واذا كانت البيئة الاتصالية تختلف باختلاف درجات التقدم فهي تختلف أيضاً من نظام اقتصادي إلى اخر، فبيئة الاتصال في النظم الرأسمالية تختلف عنها في النظم الاشتراكية كما تختلف من دولة إلى أُخرى داخل النظام الواحد نظرا لاختلاف طبيعة النظام من دولة إلى دولة تتبع النظام نفسه وتختلف درجات التقدم والتغيير داخل الدولة الواحدة[2].

وقد تتكون بيئة العمل الصحفي من خمسة عوامل وهي: الأساس الاقتصادي، والبناء الاجتماعي، والنظام السياسي، والإطار العقائدي، والنظام الاتصالي[3]، وربما تتشكل من عوامل سياسية واجتماعية وتاريخية وثقافية واقتصادية[4]. ولا بد ان يحصل القائمون بالاتصال على معلومات حول البيئة المحيطة بهم اثناء قيامهم بالتغطية الإعلامية، اذ قد يتورط القائمون بالاتصال في الدخول إلى اماكن لا يعرفون الكثير عن ثقافتها ولغة جمهورها، وعندها يسيئون إلى فئة من الجمهور دون قصد أو معرفة[5].

---

(1) أ.د. حسن عماد مكاوي، الإعلام ومعالجة الازمات، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2005)، ص39- 40.

(2) د. محمد علي العويني، الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق، (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 1978)، ص61.

(3) د. هويدة مصطفى، دور الإعلام في الازمات الدولية، (القاهرة: مركز المحروسة للبحوث والتدريب والنشر، 2001)، ص58.

(4) د. جيهان مكاوي، حرية الفرد وحرية الصحافة، (القاهرة: الهيئة المصرية للكتاب، 1981)، ص25.

(5) بيتر ماك اينتيري، اخبار حية: دليل البقاء للصحفيين، ترجمة اكثم التل، (بروكسيل: الاتحاد الدولي للصحفيين، 2003)، ص16.

كما ان الجماعات التي ينتمي لها القائم بالاتصال والقيم والمستويات التي تعلمها وفهمه لمكانه في العالم ومركزه في طبقته الاجتماعية، هذه الاشياء كلها ستؤثر على سلوكه الاتصالي، فالنظم الاجتماعية والثقافية تحدد أنواع الكلمات التي يستعملها القائمون بالاتصال وأهدافهم من الاتصال، والمعاني التي يربطونها بكلمات معينة، كما تحدد اختيارهم للجمهور والوسائل التي يستخدمونها لنقل هذه الرسالة أو تلك[1].

ويتأثر العمل الإعلامي بالصراعات الدولية والكوارث الطبيعية وأعمال الإرهاب فذلك كله يخلق أزمات وظروف غير طبيعية داخل أجهزة الإعلام إذ تصبح كمية العمل ضخمة وينفذ القائمون بالاتصال جداول العمل تحت ضغط كبيرة وتصبح المعالجة أكثر للمعلومات في ظروف الأزمات عنها في الظروف الطبيعية، مما يضطر القائمون بالاتصال إلى تغيير أدوارهم والمهام التي يقومون بها اثناء الأزمة[2].

ويجد القائمون بالاتصال انفسهم احيانا مرتبطين إلى حد كبير بالاحداث الجارية، وهذا ما يجعلهم في موقع تصادم بين شخصيتين، شخصية القائم بالاتصال المحترف وشخصية الصحفي ابن بيئته وهذا ما يؤدي إلى تمزيق القائم بالاتصال حرفيا إلى نصفين.

أولاً: الضغوط الاجتماعية:

ان النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام يعد من القوى الأساسية التي يؤثر على القائمين بالاتصال فأي نظام اجتماعي ينطوي على قيم ومبادئ، يسعى لاقرارها ويعمل على قبول المواطنين لها، لذلك فالقائم بالاتصال مطالب بالمحافظة على قيم المجتمع وتقاليده، فاحيانا يقيّم القائمون بالاتصال الاخبار اخذين في الاعتبار النتائج الاجتماعية التي تترتب على نشرها، وقد يهملون بعض الاخبار، أو يدفنوها في الصفحات الداخلية وذلك محافظة على قيم المجتمع الأساسية وتجنبا لكل ما يتهدد تلك القيم[3].

ويشير احد الباحثين إلى ان المجتمع هو الذي يحدد ما هو ظاهر وما هو مهم، وانه يجب ان لا تلوم القائمين بالاتصال لالتزامهم بمعايير يستخدمها الجميع[4]، وقد يجد القائم بالاتصال

---

(1) د. جيهان احمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الإعلام، مصدر سابق، ص147.
(2) جون.ر. بيتر، مصدر سابق، ص361.
(3) د. جيهان رشتي، الاسس العلمية لنظريات الإعلام، مصدر سابق، ص284- 285.
(4) د. سعيد محمد السيد، التشابه الاخباري واثره في بناء الاجماع الاجتماعي، مصدر سابق، ص16.

نفسه مجبرا على التضحية بالسبق الصحفي أو يتسامح بعض الشيء في واجبه الذي يفرض عليه تقديم الاخبار التي تهم الجمهور وذلك رغبة منه في تدعيم قيم المجتمع وتقاليده[1].

كما ان الحس الصحفي لدى القائم بالاتصال الذي يجعله يختار حدثاً دون سواه ليكون خبراً صالحا للنشر، هذا الحس يكون ضمن ثقافة المجتمع العامة وهذا ما ألح عليه (ستيوارت هورد Stuart hord) بقوله (ان الحس الصحفي هو القدرة على تصوير اللغة والمواقف الممكنة ضمن مؤسسة تكوين الرأي في مجتمعنا ولكن في إطار التفكير الاجتماعي)[2].

والضبط الاجتماعي* عنصر مهم في المحافظة على النظام والاستقرار في أي مجتمع من المجتمعات، ويؤثر على عمل القائمين بالاتصال ويجعلهم مجبرين على ان يسايروا قيم وعادات المجتمع الذي يعملون فيه.

فعندما يعمل القائمون بالاتصال في نشاطهم اليومي واضعين في الاعتبار طبيعة الخط التحريري للمؤسسة وفقا لمصالح المؤسسة التجارية والتسويقية وحتى مع ممارسة ما يسمى بـ(حراسة البوابة) تجاه المعلومات والاخبار وتدفقها الجماهيري في المجتمع، تبقى سلطة ومعايير المجتمع السائدة هي الموجه في نهاية المطاف للكثير مما يطرح من رسائل إعلامية على الجمهور[3].

وتشير مستويات التحليل الوظيفي البنائي لوسائل الإعلام بوصفها بناء اجتماعيا إلى تأثيرات مكونات النظام الاجتماعي العام على القائمين بالاتصال بوصفهم احد مكونات النظام الاجتماعي وتوكل اليهم وظيفة التضامن والتكامل والمحافظة على النظام الاجتماعي العام، وفي المقابل يتأكد دور القائم بالاتصال محورا أساسا في منظومات المجتمع منذ ان عرف الإنسان أهمية المعلومات، ويتأكد هذا الدور مع ظهور الوسيط الاتصالي وما يثيره من جدل وتناقضات وتجاوزات متغيرة تبعا لتغيير النظام الاجتماعي من مجتمع لاخر[4].

ولذلك فان الخصائص البنيوية للنظام الاجتماعي تؤدي دورا حاسما في تحديد اشكال الرقابة والأداء الإعلامي، اذ ينظر إلى البنية الاجتماعية على ان لها تأثيرا على ادوار العاملين

---

(1) د. حسن عماد مكاوي، د. ليلى حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مصدر سابق، ص178.

(2) فريزر بوند، مدخل إلى الصحافة، ترجمة: راجي صهيون، (بيروت: مؤسسة بدران، 1964)، ص128- 129.

* يقصد بالضبط الاجتماعي (السلطة غير المرئية التي يحسب الفرد حسابها وهو يتصرف داخل المجتمع الذي يعيش فيه، أي انه يتصرف بطريقة متفقة مع النظام القائم بغض النظر عن رضاه أو قناعته بذلك النظام)، انظر: د. محمد بن عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام: دراسة في النظريات والأساليب، (الرياض: مكتبة العبيكان، 1994)، ص39.

(3) د. عبد الله بن مسعود الطويرقي، مصدر سابق، ص85.

(4) سامية احمد هاشم، مصدر سابق، ص59.

داخل أجهزة الإعلام أو داخل منظمة إعلامية محددة وهذا ما يجعل النظام الاجتماعي وعن طريق بنيته المعيارية يضع حدودا معينة على القائمين بالاتصال والخصائص التنظيمية لوسائل الإعلام وطرق ادائها[1].

وقد يشعر القائم بالاتصال بالانزعاج من الضغوط التي تفرضها عليه القيم والعادات الاجتماعية، وتتحول إلى عامل ضغط يقيد حريته في اختيار الأخبار والمعلومات وطريقة معالجتها، ولاسيما إذا شعر انه بتجاهله بعض الأخبار والمعلومات لا يحمي فقط القيم الاجتماعية الجيدة بل يحمي أيضاً بعض الاعراف الاجتماعية السيئة التي لابد من مقاومتها، وفي الدول النامية تشكل المحافظة على القيم والتقاليد السائدة في هذه المجتمعات واحدة من القيم الاخبارية التي تسعى وسائل إعلامها إلى الترويج لها، إذ تعمل على تأكيد القيم الاجتماعية في تغطيتها الاخبارية وتجاهل ما قد يتعارض معها أو تعديله بما يتناسب وترسيخ مثل هذه القيم[2].

وتشير بعض الدراسات إلى أن انحرافات القائمين بالاتصال وانتهاكهم لأخلاقيات العمل الصحفي قد يكون ناتجا من تأثيرات القيم الاجتماعية، وما ينشره بعض القائمين بالاتصال ويعده الآخرون تجاوزا للقيم المهنية انما هو يتوافق مع التغيرات التي طرأت على قيم المجتمع[3].

ويعد التباين السيكولوجي بين الطبقات الاجتماعية عامل ضغط على القائم بالاتصال، وذلك للاختلافات الاقتصادية والاجتماعية الواضحة بين الطبقات الاجتماعية، لذلك فان القائمين بالاتصال يضعون في اعتباراتهم الواقع الاجتماعي للفرد أو الجماعة، كي يستطيعوا عن طريق تقرير طبيعة الأفكار والمعتقدات والقيم التي لا تتعارض مع رموزهم الاتصالية[4].

وهناك أنواع من الضغوط الاجتماعية المباشرة المرتبطة بطبيعة النظام الاجتماعي نفسه، الذي يقبل على سبيل المثال منطق المجاملات الاسرية أو القبلية على حساب العمل، ويظهر هذا واضحا في عمليات التوظيف أو النشر، كذلك يشكل الذوق الاجتماعي عامل ضغط على القائم بالاتصال يفرض عليه التزاما بهذا الذوق، ومن جانب اخر هناك التذوق الاجتماعي للرسائل الإعلامية، فتذوق الجمهور هو جزء من كيانهم الاجتماعي وثقافتهم الشعبية، وهو ما

---

[1] المصدر نفسه، ص42.

[2] البرت ل. هستر، مصدر سابق، ص57.

[3] د. اميرة العباسي، رؤية الصحفيين في الصحف الخاصة المصرية لأخلاقيات المهنة، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي التاسع، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2003)، ص46.

[4] د. احسان محمد الحسن، د. فوزية العطية، الطبقة الاجتماعية، (جامعة بغداد، 1983)، ص110.

يشكل عنصرا من عناصر الثقافة الجماهيرية، ويواجه القائم بالاتصال ضغطا لينسجم مع مثل هذا التذوق الذي يختلف من بيئة اجتماعية إلى أُخرى[1].

وتشهد المجتمعات تشكل المنتديات الفكرية والتنظيمات السياسية والدينية والنقابات المهنية والجماعات العرقية وجماعات المصلحة العامة والتي تعد جماعات ضغط* تؤثر على العمل الإعلامي وعلى القائم بالاتصال بحسب تدرج اهميتها وقوتها في المجتمع وهم يصلون إلى وسائل الإعلام بما يمتلكونه من شهرة أو مكانة اجتماعية أو اقتصادية، وهذه الجماعات قد تسعى إلى كسب ود وسائل الإعلام لاسيما القائمين بالاتصال لاقناعهم بدوافعها ومقدار شرعيتها واهميتها للمجتمع وعن طريق ما تقيمه من دورات وبرامج وتقديم النشرات المطبوعة أو المصورة مع تأثيراتها الأُخرى عن طريق رجال العلاقات العامة لديها.

ومن جانب اخر فان الجماعات الضاغطة قد تحاول مقاومة نظام قائم في المجتمع أو محاولة تغييره بالأساليب والوسائل المختلفة بما فيها العنف والثورة[2].

وقد يكون القائمون بالاتصال عرضة لأعمال العنف التي تنفذها جماعات الضغط التي تأخذ شكل جماعات مسلحة متمردة على القانون في بعض المجتمعات غير المستقرة التي تشهد نزاعات وحروب[3]، واذا امتلكت جماعات الضغط قوة اقتصادية ذات قدرة إعلانية كبيرة فان ضغطها يمكن ان يمر عبر الإعلان نفسه بحيث تفرض وجهات نظرها الفكرية أو السياسية[4]. وتسعى المؤسسات الإعلامية إلى عدم خسارة شريحة واسعة من القراء وعدم خسارة العوائد الإعلانية، لذلك ترضخ لضغوطات جماعات الضغط ولاسيما الجماعات الدينية ويظهر هذا واضحا في مراعاة الجرائد للمنظومة القيمية والدينية للمجتمعات التي تصدر فيها تجنبا لردود

---

[1] صالح خليل ابو اصبع، الاتصال الجماهيري، مصدر سابق، ص304- 305.

* جماعات الضغط: تنظيمات أو جماعات كبيرة نسبيا تمثل شرائح مختلفة ذات أهداف ومصالح متنوعة، وتتخذ صيغا وانماطا مختلفة من المسميات والواجهات، جمعيات ومؤسسات واتحادات أو نقابات، ومن الناحية السياسية يعد وجود هذه الجماعات وعدم التدخل في شؤونها شرط أساس لتوافر الديمقراطية، الا انه في بعض الدول تعد ادوات مملوكة للحكومة أو تدار من الاحزاب السياسية، وبهذا تفقد اهميتها وتصبح ادوات لنشر ايديولوجية الحزب، اذ ان عملها يكمن في توسع حجم الحوار السياسي بين الاطراف المختلفة، وتصبح بمثابة رقيب لسلوك السلطة التشريعية والتنفيذية، تحديدا على أعمال الحكومة، للمزيد انظر:

د. خليل ابراهيم الطيار، دور مجموعات الضغط الأمريكي، مجلة الامن القومي، العدد الرابع، السنة السابعة، (بغداد: 1985)، ص167.

[2] د. فوزية العطية، مدخل إلى دراسة علم النفس الاجتماعي، (بغداد: دار الحكمة للطباعة والشر، 1992)، ص101.

[3] دوريس آية جريبر، سلطة وسائل الإعلام في السياسة، ترجمة: اسعد ابو لبده، (عمان: دار البشير، 1997)، ص367.

[4] صالح خليل ابو اصبع، الاتصال الجماهيري، مصدر سابق، ص306.

الافعال السلبية لتلك الجماعات، وتختلف جماعات الضغط من مجتمع لاخر فهي تمارس ضغوطا تتوافق مع النظام العام للدولة في الدول الديمقراطية في حين أن جماعات الضغط في العالم الثالث غالبا ما تكون عنيفة في تعاملها مع الإعلام، وان مقتل الصحفيين من قبل الجهات المسلحة ذات الأهداف السياسية يبين مدى الخطر الذي يمكن ان تسببه جماعات الضغط.

ثانيا: الضغوط الاقتصادية:

هناك حقيقة اقتصادية وهي ان وسائل الإعلام عليها ان تحقق الربح أو تخرج من السوق، وان معظم أجهزة الاتصال هي أجهزة تجارية تسعى وراء الربح، لذلك فان الجانب الاقتصادي له تأثير كبير على العمل في الجريدة وعلى القائمين بالاتصال فيها، فقدرة أية جريدة على إرسال مراسلين لتغطية قصة خبرية لها تأثير مباشر على نوع وكمية المعلومات التي يتلقاها الجمهور، وتؤثر كل من تكلفة العمالة وورق الطباعة على تشغيل الجريدة، وربما تدفع الاعتبارات الاقتصادية الجريدة إلى تخفيض عدد صفحاتها[1].

وقد لا تملك الجرائد الصغيرة المصادر المالية الكافية لتغطية العديد من الاحداث، لذلك تجد نفسها مضطرة للاعتماد على مصادر أُخرى كالمتبرعين والعاملين بالقطعة وقد تعيد صياغة الاخبار التي نشرتها جرائد كبيرة، أو قد تحصل على معلوماتها عن طريق الهاتف، وهذا كله يؤثر على التغطية الاخبارية وعلى مصداقية الجريدة وطبيعة العمل فيها[2].

ويرتبط الجانب الاقتصادي للجريدة بطبيعة ملكية الجريدة فقد تكون مملوكة للدولة أو مملوكة فردية أو قد تكون ملكية مختلطة، وتوجد جرائد خاصة ولكنها غير تجارية تملكها وتديرها احزاب سياسية أو مؤسسات غير حكومية، وهناك جرائد مملوكة للهيئات والروابط والنقابات والمنظمات[3].

ويظهر تأثير مالكي المؤسسات الإعلامية سواء كان المالك حكوميا ام قطاعا خاصا، عن طريق أشكال عدة هي[4]:

1. يقرر مالك المؤسسة الإعلامية سياستها وأهدافها ويقوم بتوجيهها سواء أكان هو مديرها أم لا.

---

(1) جون ر. بيتر، مصدر سابق، ص351.
(2) ميلفن مينتشر، مصدر سابق، ص52.
(3) د. ليلى عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، مصدر سابق، ص70- 71.
(4) صالح خليل ابو اصبع، الاتصال الجماهيري، مصدر سابق، ص300.

2. يمكن أن يقوم مالك المؤسسة الإعلامية بتعيين الموظفين وتحديد مسؤولياتهم وإذا كان المقياس الأساس هو الولاء والثقة لا الكفاءة فان ذلك سيؤثر في فعالية المؤسسة.
3. يتولى مالك المؤسسة الإعلامية حتى لو لم يكن هو المدير العام أو المدير التنفيذي اصدار القرارات والتي قد تتعارض مع مدير المؤسسة الإعلامية والقائمين بالاتصال.
4. يحدد مالك المؤسسة الإعلامية ميزانيتها مما يؤثر في نشاطها وفعالية إدارتها بوجهيها التحريري أو الإداري.

ومن بوابة الحاجة للتمويل والعجز المالي في الجريدة يدخل تأثير الممول على اقتصاديات الجريدة، ومن ثم على سياسة التحرير فيها واتجاهها وحريتها، ايا كان نوع الممول: الدولة أو هيئة سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، وطنية أو أجنبية، ومثلما يكون تأثير سيطرة الدولة أو الهيئة السياسية على الجريدة ضارا بحريتها، فان سيطرة الممول الرأسمالي أو المصالح الخاصة على الجريدة ضار أيضاً، ويلجأ أصحاب الأموال إلى أربعة طرق للسيطرة على الصحافة هي: امتلاك الجرائد، والسيطرة بالمال على أصحاب الجرائد بشكل مباشر أو غير مباشر، والسيطرة بوساطة الإعلانات، والسيطرة بوساطة الرشوة الصريحة للجرائد وأصحابها ومحرريها[1].

اما الميزانية والعوامل الاقتصادية الأُخرى في المؤسسة فانها تؤثر عن طريق[2]:

1. يحدد حجم الميزانية عدد وكالات الانباء الاخبارية أو المصورة التي تشترك فيها المؤسسة وعدد المراسلين الخارجيين، وهذا يؤدي إلى تحديد كمية الاخبار التي تستقبلها الجريدة، عن طريق عدد اشتراكاتها، وهذا يؤثر من ثمّ في الاختيارات المتاحة امام إدارة التحرير فيما تقدمه للجمهور، ويؤثر في نوعية الخدمة التي تقدمها.
2. يؤثر حجم الميزانية في عدد ونوعية اختيار الكادر المؤهل لقيادة المؤسسة، فصغر حجم الميزانية قد يؤدي إلى اختيار اناس ذوي كفاءات اقل لان مرتباتهم المتاحة اقل وقد لا يعين العدد الكافي لعدم توافر موارد مالية وهذا بدوره ينعكس على كفاءة العمل نفسه.
3. يؤثر حجم الميزانية تأثيرا طرديا مع حجم نشر الرسائل الإعلامية فحجم الميزانية يسمح بنشر صفحات أكثر من الجرائد والمجلات.

ويشكل الإعلان جزءا أساساً من عوائد الجريدة يؤثر في إدارتها وفي اتجاهها السياسي، وياخذ تأثيره شكل الضغوط من اجل تعيين محررين أو الغاء عقودهم.

---

[1] د. احمد بدر، الصحافة الكونية: دراسات في الإعلام والاتصال الدولي، مصدر سابق، ص159.
[2] صالح خليل ابوا صبع، الاتصال الجماهيري، مصدر سابق، ص300- 301.

ويخضع القائم بالاتصال لقوى السوق وطوابير المعلنين والممولين وهو ما يؤثر في المواد الإعلامية المرسلة للجمهور، وقد لا يرى اولئك القائمون بالاتصال أي احترام أو خلل في ادائهم لاسيما انهم ينطلقون من مصالح الجمهور سواء في نشاطهم الإعلامي أو الإعلاني، فالمجتمع هو الذي يفد من هذا كله حسب تصوراتهم، في حين يرى نقاد هذه الممارسات ان الانظمة الاتصالية اصبحت حريصة على خدمة مصالحها في مقابل الجمهور، وانها اصبحت اداة طيعة في قوى السوق الاحتكارية[1].

واصبح الإعلان متغيرا رئيساً في أجندة العمل المهني اليومي أو الأسبوعي، فالمساحات الإعلانية لا تغيب عن ذهنية جهاز التحرير أثناء إعداد مادتهم الإعلامية، وحتى عندما تحملهم نزعاتهم المهنية على اعطاء ظهورهم للمساحات المشتراة في جريدتهم فهم يعلمون مسبقا حجم الاضرار التي قد يتعرضون لها سواء من إدارة المؤسسة أو من سوق الممولين والمعلنين انفسهم[2]. وتقوم الجرائد في الغرب بدعوة مدراء الإعلان للمشاركة في اجتماع التحرير اليومي حيث يتقرر شكل جريدة الغد، وثمة ظاهرة جديدة بالملاحظة وهي ان المعلنين يملون مضمون المواد التحريرية بشكل غير مسبوق وغالبا ما يتم ذلك بشكل وقح، واثر هذا في القائمين بالاتصال بحيث اصبحوا أكثر ميلا لتحريف واختزال التقارير من اجل الإعلان، ويعملون على ان تكون المواد التحريرية متوافقة في مضامينها واتجاهاتها مع المواد الإعلانية، وقد جسد هذا الحال محرر جريدة لوس انجلس تايمز (ريتشارد كبلنك Richard Kipling) بقوله: "اما ان تجامل المعلن، أو تلتحق بركب العاطلين عن العمل"[3].

وتستطيع الجريدة عن طريق بيع المساحات الإعلانية ان تدير المال اللازم لدفع نفقات المحررين والكتاب والفنانين وفئات العاملين بها، ويعني هذا ان المعلن يدفع قيمة المساحة التي يشتريها وفي الوقت نفسه يسهم في نفقات المادة التحريرية، أي انه يشتري التوزيع كله، سواء من ناحية كمه أو نوعه كما انه يشتري اهتمام القراء وانتباههم والذي يوجده مكان معين للإعلان يتم انتقاءه بعناية في علاقة مع الاخبار والمواد المقروءة في الجريدة[4].

---

[1] د. عبد الله بن مسعود الطويرقي، مصدر سابق، ص80- 81.

[2] د. عبد الله بن مسعود الطويرقي، مصدر سابق، ص266.

[3] Jere (A. Rosati, ED,. Readings in the politics of us, (foreign policy, fort worth: Harcourt Brace, 1988), P.533.

[4] د. محمود ابو زيد، عرض كتاب (سياسة وسائل الإعلام) مجلة عالم الفكر، المجلد الحادي عشر- العدد الثاني، (الكويت، 1980)، ص279.

كما يعد الدخل عامل ضغط مباشر على القائمين بالاتصال فهو يتعلق بحياتهم الشخصية فضلا عن مصاريف التغطية الاخبارية وان ضعف عوائد الصحفيين المادية تنعكس سلبا على كفاءتهم في متابعة الاخبار والتواصل مع مصادر الاخبار.

ويعد نظام العمل من الضغوط التي تؤرق القائمين بالاتصال فمسالة الطرد دون اشعار مسبق فضلا عن قضية البطالة من القضايا التي تبرز في طبيعة نظام العمل الذي يتداوله القائم بالاتصال، وأظهرت إحدى الدراسات التي استهدفت الضغوط التي تمارس على محرري الجرائد، إن مسألة الاستغناء عن خدمات الصحفيين ووصفها بانها من اهم الضغوط التي تقلقهم[1].

ثالثا: الضغوط القانونية:

تختلف الضغوط القانونية التي يتعرض لها القائم بالاتصال من دولة إلى أُخرى ومن زمن إلى اخر تبعا لطبيعة الانظمة السياسية القائمة تجاه الصحافة ولا توجد دولة في العالم تمنح الصحافة حرية مطلقة في نشر المعلومات، فبعض الحكومات تقيم الحواجز المتصلة بالضبط أو الرقابة على الصحافة، فاجراءات الرقابة واصدار التراخيص تعد ممارسات شائعة تستخدمها الحكومات حول العالم، وهي تلك الحكومات التي تخشى حرية التعبير في نظام صحافة حر.

ومن القيود التي تواجه القائم بالاتصال في عمله الإعلامي هي[2]:

1. قيود مطلقة على حرية القائم بالاتصال هي:

أ. اسرار وزارة الدفاع.

ب. مداولات المحاكم.

ج. بث قضايا الاموال الشخصية.

2. قيود نسبية على حرية القائم بالاتصال هي:

أ. الاخبار المتعلقة بالقضايا.

ب. الاخبار المتعلقة بالاحداث.

ج. قيود متعلقة بممارسة المهنة.

---

[1] د. اميرة العباس، مصدر سابق، ص48.

[2] عبد اللـه خليل، الحماية القانونية للصحفيين وأخلاقيات العمل الإعلامي: دليل قانوني وتدريبي، (عمان: مطابع الدستور، 2001)، ص112.

ويقسم الباحث (جون ميريل) (Johan C. Mernil) الضغوط القانونية التي يتعرض لها القائم بالاتصال على[1]:

1. ترتيبات دستورية.
2. قوانين الأمن.
3. قوانين الصحافة.
4. قوانين العقوبات

فيما يتعلق بالترتيبات الدستورية فان معظم الدول في العالم تضع القوانين والتشريعات التي تحدد حرية الاتصال وحق الأفراد فيه[2] وتتضمن معظم الدساتير الوطنية مصطلحا يكاد يكون واحدا وهو ان الصحافة حرة في حدود القانون وتضع السلطة في القانون ما تريده[3].

وتضع الدول قوانين حينما ترى ان نشر الحقيقة لا يؤدي دائما إلى الحفاظ على مصالح الدولة ومن ثمّ فان نشر مثل هذه الاخبار ممنوع.

اما قوانين الصحافة التي تختلف من بلد إلى اخر، تؤكد أن الحقوق المحظورة المتصلة بالصحافة، ومعظم قوانين الصحافة في الدول المختلفة تميل إلى وضع الحدود وليس حمايتها، وتقدم هذه القوانين انماطا من التحكم في العمل الصحفي عن طريق [4]:

1. وضع شروط معينة فيما يتعلق بمالك الجريدة، وشروط خاصة تتعلق برئيس التحرير وشروط الترخيص للمحرر أو الكاتب للعمل في الجريدة.
2. تحديد محظورات النشر والتي تطالب الجريدة بالالتزام في عدم التعرض لها، والا فان ذلك سيعرضها للعقوبات والتي من ضمنها التوقيف أو سحب الترخيص.

اما قوانين العقوبات فانها تحتم على الصحافة قبول مسؤوليتها عما ينشر من موضوعات، فهي لا تفرض الرقابة على الجرائد الا انها يمكن ان تضع الجرائد امام المساءلة القانونية عندما تنشر عبارات تعد من الوجهة القانونية تحريضا على الفوضى، او قذفا بالمواطنين، اوتدخلا في سير العدالة.

ويشير الباحثان (دي بير De Beer وميريل Merill) إلى ان هناك طرقا قانونية يستخدمها البعض من اجل تهديد حرية الصحافة وهي[5]:

---

[1]Johan C. Merrill, Golobal Journalism; Survery of the world mass media, Longman Inc, 1983, P. 32.

[2] صالح خليل ابو اصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، مصدر سابق، ص252.

[3] د. احمد بدر، الصحافة الكونية: دراسات في الإعلام والاتصال الدولي، مصدر سابق، ص110.

[4] صالح خليل ابو اصبع، الاتصال الجماهيري، مصدر سابق، ص302.

[5]De Beer and J. C. Merrill, Topical issues and media systems , global journalism, 4^{th} ed (boston: pearson, 2004) P., 43.

1. التخويف.
2. الفحص الضريبي.
3. التشهير.
4. منح التراخيص.
5. الرقابة.
6. الاستيلاء والحجز.
7. تقييد السفر.
8. السجن.
9. التهديد بالقتل.
10. نقص الحماية.

وترى المؤلفة ان الضغوط القانونية التي يتعرض لها القائم بالاتصال تتباين من مجتمع لاخر، تبعا للمناخ السياسي السائد والفلسفة السياسية والأيدلوجية للسلطة الحاكمة، وفي مدى ايمانها بحرية التعبير وحرية الصحافة.

رابعا: الضغوط السياسية:

هناك علاقة وثيقة بين العملية الاتصالية والعملية السياسية فكل شيء في السياسة اتصال، فنظام الاتصال هو احدى القنوات الرئيسة لتدفق المعلومات من النخبة السياسية إلى الجماهير ولنقل مشاكل وطموحات وتصورات الجمهور للنخبة، لذلك تحاول الحكومات السيطرة على وسائل الإعلام وتسخيرها لخدمة مصالحها وأهدافها وتفرض قيودا على حرية تداول المعلومات وتعمل من اجل السيطرة على الصور والأفكار والرموز والمعتقدات التي يتم نشرها[1].

وتتباين الضغوط السياسية التي يتعرض لها القائمون بالاتصال من مجتمع إلى اخر، تبعا للمناخ السياسي السائد والفلسفة السياسية والإيديولوجية للسلطة السياسية التي تمسك بزمام الحكم وفي مدى ايمانها باتاحة حرية التعبير وحرية الصحافة، فهذه الضغوط قائمة في الاحوال كلها لكن شدتها تختلف من نظام إلى آخر، إذ ان الصحافة في المجتمعات التي يسودها

[1] د. محمد منير حجاب، الإعلام والموضوعية في القرن الحادي والعشرين، مصدر سابق، ص77.

نظام ديمقراطي تعددي، تعاني من هيمنة وضغوط رأس المال وملكية الشركات في حين أنها تتأثر في المجتمعات النامية بموقف السلطة.

والمناخ السياسي السائد وطبيعة النظام الحاكم، ونظرته إلى الدور المفترض للصحافة، ومدى مرونته في تقبل النقد، والكشف عن المعلومات ووضعها في متناول الجمهور، وكيفية توظيف السلطة للقوانين والتشريعات الصحفية، هذا كله يحدد توجهات السياسة التحريرية للجريدة[1].

وتتحسس السلطات الحاكمة من أي نقد توجهه الصحافة لسياستها؛ لان هذه الحكومات تسعى للسيطرة على الصحافة من اجل منعها من تنوير الجمهور، لأن هذه العملية تتقاطع مع أهدافها التي تتركز في تحجيم وعي الشعب وهو ما يسهل عليها مهمة قيادته، إذ أن السياسة لها غايات تتعارض احيانا مع قيم المجتمع ما دامت تضمن وجودها في الحكم لاطول مدة[2]. وتستطيع الحكومة ان تحجب المعلومات عن الصحافة، وان تجعل اجتماعاتها سرية، وان تشوش على الاخبار، وان تكافئ المندوبين الذين يتعاملون معها فقط بطرق عديدة، وان تستخدم أساليب الدعاية وان تقيم الدعوات القضائية ضد القائمين بالاتصال وتقييد انشطتهم بطرق عديدة[3].

ويمكن تحديد اهم الضغوط السياسية التي يتعرض لها القائم بالاتصال في الصحافة في ثلاث مجالات[4]:

1. الرقابة على الصحافة:

والرقابة هنا سياسة الحد من التعبير العام عن الأفكار والآراء والدوافع والمثيرات التي يكون لها تأثير على تقويض السلطة الحكومية أو تقويض النظام الاجتماعي والأخلاقي الذي تعدّ السلطة انها ملتزمة بحمايته[5].

2. التشريعات والقوانين المقيدة للحريات:

ترمي السلطات عن طريق تقييد حرية الصحافة بعدد من القيود والتشريعات القانونية إلى التحكم بالمحتوى الإعلامي وتوجيهه بما يخدم مصالحها، وتتباين التشريعات الإعلامية من

(1) عبد الجواد سعيد، مصدر سابق، ص102.

(2) وميض احسان، مصدر سابق، ص88.

(3) د. حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، مصدر سابق، ص173.

(4) د. عبد الله محمد زلطة، القائم بالاتصال في الصحافة (الهرم: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2007)، ص293.

(5) احمد بدر، الاتصال الجماهيري بين الإعلام والدعاية والتنمية، (الكويت: وكالة المطبوعات، 1982) ص297.

بلد لاخر في درجة التشدد والقيود التي تفرضها النصوص القانونية على العمل الصحفي[1]. وفي راي بعض الخبراء تعد قوانين الصحافة واحدة من أهم مؤشرات الصحة المعنوية والمادية للدول وقدرتها على التقدم والنماء، وتتعدد قوانين والتشريعات الإعلامية منها قوانين الصحافة وقوانين العقوبات، وقوانين الطوارئ، وقوانين حماية الجبهة الداخلية والسلام الاجتماعي وحماية القيم من العيب وغيرها من القوانين والتي تعد من وجهة نظر انصار حرية الصحافة والرأي والتعبير والمدافعين عن حقوق الإنسان من اشد الضغوط السياسية المفروضة على الصحافة[2].

3. محاكمات واعتقالات الصحفيين:

تعد محاكمات القائمين بالاتصال واعتقالاتهم وطردهم ضمن الضغوط السياسية التي يتعرضون لها من قبل الحكومات ولابد للقائم بالاتصال الالمام بالقوانين والاتفاقيات والمعاهدات التي تحدد عمله أو التي يجب ان يطلع عليها والتي تفيده في سلوكه الصحفي في الميادين جميعها وهذا من شأنه تأكيد الهوية الصحفية أو الصفة الصحفية في نشاطه في ذلك الميدان.

---

[1] د. محمد السيد سعيد، حرية الصحافة من منظور حقوق الإنسان، (القاهرة: مركز القاهرة للدراسات وحقوق الإنسان، 1995)، ص21.

[2] د. عبد اللـه محمد زلطة، القائم بالاتصال في الصحافة، مصدر سابق، ص297.

الباب الثاني

الإطار العملي للكتاب

يتكون (الباب الثاني) من الكتاب وهو الذي يتضمن الإطار العملي والتحليلي لاستمارة الاستبانة من ثلاثة فصول قسمت هذه الفصول بشكل فني لضمان هيكلية بحث متناسقة الفصول والمباحث لتحقيق الهدف العلمي من تحليل الاستبانة التي تعرضت لها عينة البحث والوقوف على معطياتها التي تسلط الضوء على أهداف البحث المثبتة في (الإطار النظري المنهجي) الفصل الأول- من هذا الكتاب.

وقد توخت المؤلفة في تبويب هذه الفصول تقريب المحاور التي تتضمنها (الاستبانة) جهد المستطاع لضمان وحدة موضوع فيما بينها على ثلاثة فصول ضمانا لعدم التشتت في السرد لكل فقرة من فقرات الاستبانة العديدة وصولا إلى التركيز وادراك معطياتها ونتائجها بشكل منظم لمعرفة ما تحقق من أهداف البحث في هذا الكتاب.

وقد عمدت المؤلفة إلى تبويب هذه الفصول على مباحث يتضمن المبحث الواحد منها الوقوف على معطيات كل فقرة من فقراتها وصولا إلى ما تحقق من أهداف البحث. وستذكر المؤلفة فصول هذا الباب ومباحثها بداية كل فصل توخيا لعدم الاطالة والتكرار في سردها.

التعريف بجريدتي الصباح والتآخي

أولاً: جريدة الصباح (نبذة تعريفية):

جريدة يومية سياسية عامة، تصدر عن شبكة الإعلام العراقي وبتمويل من الدولة العراقية، وهي الجريدة شبه الرسمية في العراق منذ احتلاله في 2003م[1]، فهي تمول من المال العام إلا أنها غير ناطقة رسمياً باسم الحكومة العراقية.

صدر العدد (صفر) من جريدة الصباح في 2003/5/17م، وكانت الجريدة آنذاك ناطقة باسم قوات التحالف في العراق.

مرت الجريدة بثلاث مراحل من حيث الشكل وعدد الصفحات وهي[2]:

المرحلة الأولى: منذ بداية صدورها في 2003/5/17م ولغاية 2003/7/2م فقد صدرت بالحجم النصفي مرتين في الأسبوع وبثماني صفحات.

---

[1] سعد الدين خضر، صحف العراق بعد العاشر من نيسان 2003م تطبيق وتوثيق أوسع دراسة ميدانية عن الصحافة الجديدة، (الموصل: مكتب الفن، 2006م)، ص32.

[2] إسراء جاسم فلحي، اتجاهات الصحافة العراقية إزاء قضايا المرأة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة بغداد: كلية الإعلام، 2006م)، ص112.

المرحلة الثانية: منذ 2003/7/3م وحتى 2003/8/1م بالحجم النصفي أيضاً ولثلاث مرات في الأسبوع (الأحد، والثلاثاء، والخميس).

المرحلة الثالثة: بدأت منذ 2003/8/3م تصدر بشكل يومي ما عدا يوم الجمعة وبواقع اثنتي عشرة صفحة من الحجم الكبير (البطال) ثم أزداد عدد صفحاتها لاحقاً إلى (24) صفحة.

وتصدر جريدة الصباح عدداً من الملاحق المتخصصة كان أولها الملحق (جيم) الذي صدر في 2004/10/15م وهو ملحق يومي يضم موضوعات متنوعة من (فن، وثقافة، ورياضة، وشؤون المرأة والطفل وغيرها) ومع مطلع عام 2005م تحول هذا الملحق إلى عدد من الملاحق اليومية المتخصصة[1].

يصدر يوم السبت مع الجريدة ملحق آفاق إستراتيجية ويصدر كتاب في الجريدة (الصباح الثقافي) يوم السبت مرة في الشهر، ويصدر يوم الأحد ملحق فنون والملحق الاقتصادي، يوم الأثنين ملحق علوم وتقنيات، يوم الثلاثاء ملحق ديمقراطية ومجتمع مدني وملحق ثقافة شعبية، يوم الأربعاء ملحق أدب وثقافة، يوم الخميس ملحق أسرة ومجتمع وملحق شمس الصباح.

توالى على رئاسة تحرير جريدة الصباح عدد من الصحفيين العراقيين أولهم (إسماعيل زاير) الذي ترأس التحرير منذ صدور العدد الأول منها وحتى 2004/5/3م، وفي الثامن من الشهر نفسه باشر محمد عبد الجبار الشبوط برئاسة التحرير وفي 2005/7/2م ترأس جمعة الحلفي تحرير الجريدة ثم عاد محمد عبد الجبار الشبوط لرئاسة التحرير في 2005/9/28م، وفي حزيران 2006م ترأس تحريرها الصحفي فلاح المشعل، ثم تولى بعده عدة رؤساء تحرير لا مجال لعرضهم لعدم تزامنهم مع كتابة البحث.

وعرفت جريدة الصباح بتعاقب رؤساء تحريرها وهذا ما عكس تغيير السياسة الصحفية لها بشكل نسبي إذ أن مناهج العمل قد تغيرت مع تغير أمزجة رؤساء التحرير.

ولجريدة الصباح شبكة من المتدربين والمراسلين، فضلاً عن مجموعة من المحررين يرتبطون برئيس التحرير بشكل مباشر، ولهم اتصالاتهم الخاصة عبر هواتف مفتوحة مع كبار المسؤولين في الحكومة.

---

[1] المصدر نفسه، ص114.

يبلغ عدد القائمين بالاتصال في جريدة الصباح (55)، وبعناوين وظيفية مبينة في الجدول الآتي*:

ت	العنوان الوظيفي	العدد
1	رئيس تحرير	1 واحد فقط
2	مدير تحرير	1 واحد فقط
3	سكرتير تحرير	3 ثلاثة فقط
4	مندوب	12 أحد عشر فقط
5	مراسل	13 ثلاثة عشر فقط
6	محرر	25 خمس وعشرون فقط

ثانياً: جريدة التآخي (نبذة تعريفية):

جريدة يومية سياسية تصدر عن الحزب الديمقراطي الكردستاني، وتُدعم من حكومة إقليم كردستان، مرت الجريدة بثلاث مراحل من الصدور:

المرحلة الأولى: منذ صدور العدد الأول في بغداد بتاريخ 1967/4/29م ناطقة بلسان الحزب وبثماني صفحات وباللغتين العربية والكردية وتوقفت عن الصدور لأغلاقها من قبل الحكومة المركزية في بغداد.

المرحلة الثانية: بدأت منذ 1970/3/11م بين الحكومة المركزية والحزب الديمقراطي الكردستاني وحتى 1974م.

المرحلة الثالثة: منذ 2003/5/10م صدرت مجدداً في بغداد باللغة العربية وبـ(12) صفحة باللونين الأبيض والأسود وحالياً تصدر بـ(16) صفحة الأولى والأخيرة ملونة.

وتعتمد الجريدة على (الانترنت) كأسلوب منخفض الكلفة فضلاً عن نتاج المراسلين والمندوبين والمحررين الذين يعملون فيها البالغ عددهم (20) صحفياً.

بعد الاحتلال الاميركي في عام 2003م مع زيادة عدد الجرائد من الناحية الكمية وهذه الزيادة خلفت هبوطاً في المستوى النوعي لعدم وجود توازن نوعي مع الكمية ومن ثمّ أصبح

* متابعة شخصية من المؤلفة حين إجراء البحث.

الحصول على الكادر الجيد مسألة صعبة لذلك تحرص الجريدة على تأكيد المهنيـة في كادرهـا عن طريق الاهتمام بالجانب الأكاديمي العلمي في التعيين على وفق ما أدلى به رئيس تحريرهـا في لقاء شخصي معه[*].

وتسعى الجريدة إلى تحقيق الموضـوعية في نشر المـواد التحريريـة والمقـالات والآراء، عن طريق تكليف الكادر بالتحقق من صحة المعلومات والأخبار، كذلك تحرص على عدم إثارة الصراع الفكـري بـين القـراء لتبنـي سياسـة تحـدي الإشـكالية والمجابهـة وعـدم العمـل خلـف الكواليس وعدم نشر الأفكار المظللة[**].

---

[*] بدر خان السندي، رئيس تحرير جريدة التآخي، مقابلة شخصية في 2010/7/24م.

[**] اللقاء السابق نفسه.

الفصل الرابع

الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية واتجاهاته للمادة وتأهيله وتدريبه

المبحث الأول: المعلومات الشخصية.

المبحث الثاني: الخصائص المهنية التي يمتاز بها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية.

المبحث الثالث: الاتجاهات والاعتبارات المهمة للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية للمادة الصحفية

المبحث الرابع: إعداد وتدريب القائم بالاتصال في الصحافة العراقية ومدى إفادته من التطورات التكنولوجية.

الفصل الرابع

الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية واتجاهاته للمادة وتأهيله وتدريبه

يبين الفصل الرابع الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية والتي يمتاز بها ومدى التزامه بأخلاقيات المهنة كما انه يوضح عن طريق معطيات الاستبانة الاتجاهات والاعتبارات المهمة للقائم بالاتصال للمادة الصحفية وكذلك إعداده وتدريبه ومدى إفادته من تطورات تكنولوجيا الاتصال فضلا عن العرض المحدد في الاستبانة عن المعلومات الشخصية لعينة البحث والتي لابد من بيانها لانها تمثل العمود الفقري لجميع معطيات الاستبانة جميعها في فصولها ومباحثها كلها.

المبحث الأول
المعلومات الشخصية

أولاً: الجنس

جاءت فئة القائم بالاتصال من الذكور في الجريدتين أكثر من فئة الإناث وبنسبة كبيرة جدا وحازت على المرتبة الأولى عند التحليل كما سيأتي ذلك موضحا في الجدول رقم (1- أ).

الجدول رقم (1- أ)

يوضح (جنس القائم بالاتصال في الصحافة العراقية)

الجنس	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
ذكر	43	78.2	1	18	90	1	61	81.3	1
أنثى	12	21.8	2	2	10	2	14	18.7	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

عند النظر إلى الجدول رقم (1-أ) يتبين لنا ان فئة الذكور في جريدة الصباح جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (78.2%) وبتكرار (43) اما فئة الإناث التي جاءت بالمرتبة الثانية بنسبة (21.8%) وبتكرار (12) من مجموع (55).

اما جريدة التآخي فمن مجموع (20) جاءت فئة الذكور بالمرتبة الأولى أيضاً بنسبة (90%) بتكرار (18) وفئة الإناث بالمرتبة الثانية بنسبة (10%) وبتكرارين (2).

وعند قراءة معطيات الجدول نفسه لمجموع القائمين بالاتصال في الجريدتين البالغ (75) تأتي فئة الذكور في المرتبة الأولى بنسبة (81.3%) وبتكرار (61) وفئة الإناث (18.7%) وبتكرار (14).

إن هذا التفاوت سائد جدا في المؤسسات الإعلامية العراقية حين كتابة الكتاب.

ثانيا: العمر

توزعت أعمار القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية على عقود عدة من الزمن وتفاوتت أعمارهم كما هي موضحة في الجدول رقم (1-ب).

الجدول (1-ب)

يوضح (أعمار القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية)

العمر	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
21- 30	9	16.4	3	9	45	1	18	24	3
31- 40	22	40	1	2	10	4	24	32	1
41- 50	18	32.7	2	3	15	3	21	28	2
51- 60	3	5.5	4	4	20	2	7	9.3	4
61- 70	3	5.5	4	2	10	4	5	6.7	5
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

يوضح الجدول رقم (1-ب) إن أعمار القائمين بالاتصال لكلتي الجريدتين تمتد على خمسة عقود من الزمن ويأتي مراتب تسلسل فئاتها العمرية كما يأتي:

المرتبة الأولى في جريدة الصباح للفئة العمرية من (31- 40) بنسبة (40%) وبتكرار (22) وفي جريدة التآخي للفئة العمرية من (21- 30) بنسبة (45%) وبتكرار (9).

وتأتي المرتبة الثانية لجريدة الصباح الفئة العمرية من (41- 50) بنسبة (32.7%) وبتكرار (18)، اما جريدة التآخي فتأتي الفئة العمرية من (51- 60) بنسبة (20%) وبتكرار (4).

اما المرتبة الثالثة فتأتي الفئة العمرية من (21- 30) لجريدة الصباح بنسبة (16.4%) وبتكرار (9) ولجريدة التآخي الفئة العمرية من (21- 30) بنسبة (15%) وبتكرار (3).

المرتبة الرابعة في جريدة الصباح جاءت للفئات العمرية من (51- 60) ومن (61- 70) وبنسبة (5.5%) وبتكرار (3) لكلتي الفئتين، ولجريدة التآخي تأتي الفئات العمرية من (31- 40) ومن (61- 70) بنسبة (10%) وبتكرار (2).

اما مجموع القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية فتوزعت أعمارهم على خمس فئات، كانت الأولى للفئة العمرية من (31- 40) بنسبة (32%) وبتكرار (24) والثانية للفئة العمرية من (41- 50) بنسبة (28%) وبتكرار (21)، اما الثالثة فهي من (21- 30) بنسبة

24% وبتكرار (18) وتأتي المرتبة الرابعة للفئة العمرية من (51- 60) بنسبة (9.3%) وبتكرار (7) وهناك مرتبة خامسة للفئة العمرية من (61- 70) بنسبة (6.7%) وبتكرار 5.

ويتضح من ذلك أن أعمار القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية تمتد على خمس عقود من الزمن مما يمكن القائمين بالاتصال الإفادة من خبرات بعضهم البعض ومقارنتها تاريخيا واستثمار فوارقها كما انه من جانب اخر فإن الفئة العمرية للشباب القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية تأتي بالمرتبة الثالثة مما يستدعي زيادة اعداد هذه الفئة العمرية في الصحافة العراقية لما تتمتع به من النشاط والقدرة والحيوية في التحرك والنشاط الميداني في العمل الصحفي.

ثالثا: التحصيل العلمي للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية:

يتضح من تحليل الاستبانة التي تعرض اليها القائم بالاتصال أن النسبة الغالبة لهم تمتلك تحصيلا علميا أكاديميا جامعيا وللاختصاصات المختلفة، على الرغم من ابتعاد الاعم منها عن التخصص الأكاديمي العلمي الإعلامي والصحفي ويأتي تفصيل ذلك في الجدول رقم (1- ج).

الجدول رقم (1-ج)

يوضح (التحصيل العلمي للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية)

التحصيل العلمي	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
متوسطة	2	3.6	4	2	10	3	4	5.3	4
إعدادية	7	12.7	2	1	5	4	8	10.7	2
دبلوم/معهد	3	5.5	3	3	15	2	6	8	3
بكالوريوس	41	74.6	1	12	60	1	53	70.7	1
ماجستير	1	1.8	5	1	5	4	2	2.7	5
دكتوراه	1	1.8	5	1	5	4	2	2.7	5
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

اشرنا إلى ان معطيات الاستبانة حددت المرتبة الأولى في التحصيل العلمي الجامعي (البكالوريوس) وللاختصاصات المختلفة عند جريدتي الصباح والتآخي ولعموم العينة وبنسبة (74.6%) وبتكرار (41) في جريدة الصباح، وبنسبة (60%) وبتكرار (12) لجريدة التآخي وجاءت بالنسبة لعموم القائم بالاتصال بنسبة (70.7%) وبتكرار (53) في الصحافة العراقية.

اما المرتبة الثانية فكانت في جريدة الصباح لشهادة الإعدادية وكانت بنسبة (12.7%) وبتكرار (7) وكانت المرتبة الثانية في جريدة التآخي لخريجي المعاهد بنسبة (15%) وبتكرار (3).

المرتبة الثالثة في جريدة الصباح لخريجي المعاهد بنسبة (5.5%) بتكرار (3)، اما في جريدة التآخي فكانت لخريجي الدراسة المتوسطة وبنسبة (10%) وبتكرار (2).

المرتبة الرابعة في جريدة الصباح لخريجي المتوسطة بنسبة (3.6%) وبتكرار (2) وفي جريدة التآخي لخريجي الإعدادية والماجستير والدكتوراه بنسبة (5%) وبتكرار (1) لكل منهم.

المرتبة الخامسة في جريدة الصباح لدرجتي الماجستير والدكتوراه بنسبة (1.8%) وبتكرار (1) لكل منهما. واقتصرت التآخي على المراتب الاربعة فقط.

وبناءً على ذلك فقد كانت المرتبة الأولى كما اشرنا إلى شهادة الباكالوريوس للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية.

وكانت المرتبة الثانية إلى شهادة الإعدادية بنسبة (10.7%) وبتكرار (8).

اما المرتبة الثالثة فكانت للحائزين على دبلوم المعاهد بنسبة (8%) وبتكرار (6).

والمرتبة الرابعة لخريجي الدراسة المتوسطة بنسبة (5.3%) بتكرار (4).

وتأتي المرتبة الخامسة لدرجتي الماجستير والدكتوراه بنسبة (2.7%) وبتكرارين (2) لكل منهما.

ويدل ذلك على توزع الشهادات جميعها في العمل في المجال الصحفي من الدراسة المتوسطة إلى الدرجات العليا. كما يلاحظ وجود شهادات دنيا تعمل في الصحافة العراقية، ولو دققنا في معطيات الاستبانة في مجال التحصيل الأكاديمي للاحظنا إن مجموع خريجي المتوسطة والإعدادية يشكل النسبة الثانية (16%) وبتكرار (12) في العينة وهذا مؤشر على ان تراعي المؤسسات الصحفية العراقية الاعتماد على خريجي الكليات كمعدل للتعيين في ملاكاتها.

رابعا: التخصص العلمي للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية

افرزت الاستبانة بتنوع التخصصات العلمية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية ينحو منحى التشتت وطبيعة العمل الصحفي، فكانت هناك تخصصات عديدة تعمل في الصحافة العراقية لا علاقة لها بالمهنة الصحفية وأُخرى لا تخصص لها وكانت بمستوى الإعدادية والمتوسطة وسيأتي تفصيل ذلك في الجدول رقم (1-د).

الجدول (1-د)

يوضح (التخصص العلمي للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية)*

التخصص العلمي	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
الإعلام	14	25.5	1	4	20	1	18	24	1
اللغة الانكليزية	3	5.5	5	1	5	4	4	5.3	6
فنون جميلة	4	7.3	4	4	20	1	8	10.7	3
علوم سياسية	3	5.5	5	-	-	-	3	4	7
اجتماع	3	5.5	5	-	-	-	3	4	7
اللغة العربية	5	9.1	3	2	10	3	7	9.3	4
حاسبات	3	5.5	5	1	5	4	4	5.3	6
رياضة	1	1.8	7	-	-	-	1	1.3	9
إدارة	4	7.3	4	2	10	3	6	8	5
احصاء	1	1.8	7	-	-	-	1	1.3	9
رياضيات	1	1.8	7	-	-	-	1	1.3	9
جغرافية	1	1.8	7	-	-	-	1	1.3	9
تاريخ	2	3.6	6	-	-	-	2	2.7	8
كيمياء	1	1.8	7	-	-	-	1	1.3	9
بلا تخصص	9	16.4	2	3	15	2	12	16	2
قانون	-	-	-	1	5	4	1	1.3	9
فلسفة	-	-	-	1	5	4	1	1.3	9
التربية	-	-	-	1	5	4	1	1.3	9
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

* 1. بلغت التخصصات سبعة عشرة تخصصا علميا.
2. فئة بلا تخصص يعني بها فئة المتوسطة والإعدادية.
3. من ضمن الاعداد الموجودة في جريدة الصباح:
أ. دكتوراه لغة عربية واحد. ب. ماجستير تاريخ واحد. ج. دبلوم فنون جميلة واحد. د. دبلوم إدارة أعمال
اما جريدة التآخي فيوجد فيها دكتوراه تربية واحد وماجستير لغة عربية واحد وواحد دبلوم إدارة.

تبين من تحليل الاستبانة في جانب التخصص العلمي للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية أنهم يتوزعون على (سبعة عشر) تخصصا علميا فضلا عن فئة منهم (بلا تخصص علمي بلغت نسبتها المرتبة الثانية، فيما يأتي توصيفها حسب مراتبها.

- المرتبة الأولى كانت لتخصص الإعلام (البكالوريوس) بنسبة (25.5%) وبتكرار (14) لجريدة الصباح، وبنسبة (20%) بتكرار (4) لجريدة التآخي، وبنسبة (24%) بتكرار (18) لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية.
- المرتبة الثانية للعاملين (بلا تخصص) أي من خريجي الدراسة المتوسطة والإعدادية وفي الجريدتين فبلغت نسبتها (16.4%) بتكرار (9) في جريدة الصباح ونسبة (15%) بتكرار (3) في جريدة التآخي، وكانت بنسبة (16%) بتكرار (12) لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية.
- المرتبة الثالثة كانت في جريدة الصباح لتخصص اللغة العربية بنسبة (9.1%) بتكرار (5) وفي جريدة التآخي كانت لتخصصي (اللغة العربية والإدارة) بنسبة (10%) وبتكرار (2) لكل منهما. اما فيما يتعلق بعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية لتخصص (الفنون الجميلة) بنسبة (10.7%) بتكرار (8).
- المرتبة الرابعة كانت في جريدة الصباح لتخصص (الإدارة) بنسبة (7.3%) بتكرار (4)، ولتخصصات (اللغة الانكليزية، والحاسبات، والقانون، والفلسفة، والتربية) بنسبة (5%) وتكرار (1) لكل منهما، اما فيما يتعلق بعموم القائم بالاتصال فكانت لتخصص (اللغة العربية) بنسبة (9.3%) بتكرار (7).
- المرتبة الخامسة كانت بالنسبة لجريدة الصباح فقط للتخصصات (اللغة الانكليزية، وعلوم الحاسبات، والاجتماع، والحاسبات) بنسبة (5.5%) بتكرار (3) لكل منهما. اما بالنسبة لعموم القائم بالاتصال فكانت لتخصص (الإدارة) بنسبة (8%) وتكرار (6).
- المرتبة السادسة كانت لتخصص (التاريخ) واقتصرت على جريدة الصباح بنسبة (3.6%) بتكرار (2). وكانت لعموم القائم بالاتصال لتخصصي (اللغة الانكليزية والحاسبات) بنسبة (5.3%) بتكرار (4).
- المرتبة السابعة كانت لتخصصات (الإحصاء، والرياضيات، والجغرافية، والكيمياء) لجريدة الصباح فقط بنسبة (1.8%) وبتكرار (1) لكل منها أما بالنسبة لعموم القائمين بالاتصال فكانت لتخصصي (العلوم السياسية والاجتماع) بنسبة (4%) وتكرار (3).

- المرتبـة الثامنـة كانـت فقـط لعمـوم القـائمين بالاتصـال لتخصـص (التـاريخ) بنسـبة (2.7%) وتكرار (2).
- المرتبة التاسعة كانت فقط لعموم القائمين الاتصال للتخصصات (الرياضة، والاحصـاء، والرياضيات، والجغرافية، والكيمياء، والقانون، والفلسـفة، والتربيـة) بنسـبة (1.3%) وتكرار (1).

تلاحظ المؤلفة مـن هـذا التوزيـع للتخصصـات العلميـة للقـائم بالاتصـال في الصـحافة العراقية ان هناك تخصصات كثيرة لا علاقة لها بالعملية الإعلامية والتخصـص الصـحفي فضـلا عن وجود شهادات دنيا لا تؤهلها بأي حال للعمل في الصحافة، وعلى الـرغم مـن ان تخصـص الإعلام (البكالوريوس) جاء في المرتبة الأولى من مجموع التخصصـات للقـائمين بالاتصـال لكنـه تحدد بنسبة (24%) من المجمـوع وهـي نسـبة ضـئيلة جـدا لـو قورنـت ببـاقي التخصصـات المساهمة في مهنة الصحافة والتـي تصـل نسـبتها إلى (76%) وهـذه النسـبة هـي السـائدة في العمل في المؤسسات الصـحفية وهـذا يـدل عـلى ان هنـاك تضـخما كبـيرا يعمـل بصـفة قـائم بالاتصال في الصحافة العراقية من الذين ليس لهم علاقة بها.

خامسا: عدد سنوات الخدمة للقائم بالاتصال في العمل في الجريدة

يبين الجدول رقم (1-هـ) عدد سنوات الخدمة للقائم بالاتصال في الصحافة العراقيـة في جريدته التي يعمل فيها فقط وقت اعداد البحث والإجابة عـن الاسـتبانة وفـيما يـأتي تفصـيل ذلك:

الجدول رقم (١-هـ)

يوضح (عدد سنوات الخدمة للقائم بالاتصال في العمل في الجريدة)*.

عدد سنوات الخدمة	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
اقل من سنة واحدة	٥	٩,١	٤	٣	١٥	٢	٨	١٠,٧	٤
سنة واحدة	١	١,٨	٦	٢	١٠	٣	٣	٤	٧
سنتان	٤	٧,٣	٥	٣	١٥	٢	٧	٩,٣	٥
ثلاث سنوات	٥	٩,١	٤	١	٥	٤	٦	٨	٦
اربع سنوات	٧	١٢,٧	٣	٢	١٠	٣	٩	١٢	٣
خمس سنوات	١٢	٢١,٨	٢	٢	١٠	٣	١٤	١٨,٧	٢
ست سنوات	٧	١٢,٧	٣	٢	١٠	٣	٩	١٢	٣
سبع سنوات	١٤	٢٥,٥	١	٥	٢٥	١	١٩	٢٥,٣	١
الكلي	٥٥	١٠٠	-	٢٠	١٠٠	-	٧٥	١٠٠	-

نظرا لنشوء جريدتي (الصباح) بعد الاحتلال الاميركي عام ٢٠٠٣م ودوام استمرار جريدة (التآخي) والتي هي امتداد لجريدة (العراق) سابقا، فقد إرتأت المؤلفة ان تطلع على عدد سنوات الخدمة للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية في جريدته بعد الاحتلال الاميركي، كما انها افردت بيانات أُخرى ستأتي لاحقا عن مدة خدمة القائم بالاتصال على مدى حياته المهنية.

* وجدنا الذين خدمتهم في الجريدة (اقل من سنة) كما يأتي.

الخدمة اقل من سنة	الصباح	التآخي	الكلي
شهر واحد	١	-	١
شهران	١	-	٢
ثلاثة اشهر		١	١
خمسة اشهر		١	١
ستة اشهر	١	١	١
سبعة اشهر	٢	-	٢
الكلي	٥	٣	٨

وقد قسمت المؤلفة الاستبانة إلى ثمانية مراحل على عدد سنوات الخدمة بعد الاحتلال الاميركي فكانت النتائج موزعة على تسلسل مراتبها كما يأتي:

- المرتبة الأولى للعاملين لمدة سبع سنوات بنسبة (٢٥,٥%) وبتكرار (١٤) لجريدة الصباح وبنسبة (٢٥,٣%) وبتكرار (٥) لجريدة التآخي، وكانت لعموم القائم بالاتصال بنسبة (٢٥,٣%) وبتكرار (١٩).
- اما المرتبة الثانية فكانت للعاملين لمدة (٥) سنوات بنسبة (٢١,٨%) وبتكرار (١٢) في جريدة الصباح اما بالنسبة لجريدة التآخي فجاء العاملون لمدة (سنتين) ولمدة (اقل من سنة) بنسبة ١٥% وبتكرار (٣)، اما لعموم القائمين بالاتصال فكانت مدة (٥) سنوات بنسبة (١٨,٧%) وبتكرار (١٤).
- المرتبة الثالثة كانت للعاملين لمدة (٦ و ٤) سنوات بنسبة (١٢,٧%) وبتكرار (٧). اما جريدة التآخي فكانت للعاملين لمدة (٦، ٥، ٤، ١) سنة بنسبة (١٠%) وبتكرار (٢)، وكانت بنسبة (١٢%) وبتكرار (٩) لعموم القائمين بالاتصال.
- المرتبة الرابعة كانت للعاملين لمدة (٣) سنوات في جريدة الصباح بنسبة (٩,١) وتكرار (٥)، ولجريدة التآخي بنسبة (٥%) وتكرار (١). وكانت للعاملين لمدة اقل من سنة بنسبة (١٠,٧%) وتكرار (٨) لعموم القائمين بالاتصال.
- المرتبة الخامسة فكانت للعاملين لمدة (سنتين) في جريدة الصباح فقط بنسبة (٧,٣%) وتكرار (٤) ولعموم القائم بالاتصال بنسبة (٩,٣%) وتكرار (٧).
- المرتبة السادسة: كانت للعاملين لمدة (سنة واحدة) بنسبة (١,٨%) وتكرار (١)، ولعموم القائم بالاتصال (لمدة ثلاث سنوات) بنسبة (٨%) وتكرار (٦).
- المرتبة السابعة كانت لمدة (سنة واحدة) لعموم القائم بالاتصال فقط بنسبة (٤%) وتكرار (٣).

ونستدل من هذا التوزيع في الخدمة في الجريدة أن هناك مجاميع من القائمين بالاتصال يعملون في جرائدهم موزعين على السنين جميعها منذ النشوء ولحين الإجابة عن الاستبانة من المفترض ان تسهم بنقل خبرات وتراث وتقاليد عمل جرائدهم فيما بينهم.

ومن الجدير بالذكر لابد ان تنوه المؤلفة إلى ان عدد العاملين في الجرائد لاقل من سنة قد بلغ المرتبة الرابعة بنسبة (١٠,٧%) وتكرار (٨) وكانت منهم مدة عمله شهر وشهران وثلاثة اشهر.

ومما لفت انتباهي أن قسما منهم يرغب بتولي رئاسة تحرير جريدته واخرون يرومون الحصول على رئاسة اقسام الجريدة وستأتي الاشارة إلى ذلك في موضع لاحق من البحث. وهذا لا يدل على ان التعيين في الجرائد العراقية قد اتى وفق ضوابط مهنية وجرائدية سليمة.

سادسا: عدد سنوات الخدمة الإعلامية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية

تراوحت خدمة القائمين بالاتصال الإعلامية في الصحافة العراقية من اقل من سنة (أي بالاشهر) إلى مدة (30) عاما، وهذا يؤكد ان بعض القائمين بالاتصال في الجرائد العراقية بعد الاحتلال الاميركي لهم خدمة طويلة في العمل الصحفي والإعلامي، ولم تقتصر مدة خدمتهم الإعلامية فقط على مدة سنوات الخدمة في الجريدة كما جاء في الجدول السابق رقم (1-هـ). وفيما يأتي تفصيل مدد خدمتهم كما ورد عن طريق الاستبانة في الجدول (1- و).

جدول رقم (1-و)

يوضح (عدد سنوات الخدمة الإعلامية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية)

عدد سنوات الخدمة	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
اقل من سنة	5	9.1	3	2	10	4	7	9.3	3
1- 5	14	25.5	1	6	30	1	20	26.7	1
6- 10	14	25.5	1	5	25	2	19	25.3	2
11- 15	4	7.3	4	2	10	4	6	8	3
16- 20	6	10.9	2	-	-	-	6	8	3
21- 25	5	9.1	3	1	5	5	6	8	3
26- 30	3	5.5	5	3	15	3	6	8	3
31- 35	4	7.3	4	1	5	5	5	6.7	4
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

أكدت معطيات الاستبانة ان عدد سنوات الخدمة للقائمين بالاتصال امتدت على مدة (35) عاما من العمل الصحفي وجاءت مراتب هذه الخدمة موزعة كالآتي:

- المرتبة الأولى لكل من القائمين بالاتصال من (1- 5) سنوات ومن (6- 10) سنوات في جريدة الصباح بنسبة (25.5%) وتكرار (14) أي ما يقارب نصف العاملين فيها مما يدل على أن اغلبهم عناصر حديثة التعيين ومواكبة لعملية

التغيير التي حدثت بعد عام (2003)م، اما فيما يخص جريدة التآخي فكانت للقائمين بالاتصال للمدة من (1- 5) سنوات بنسبة (30%) وتكرار (6) وتأتي المدة نفسها هي الأولى بالمراتب للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية.

- المرتبة الثانية للمدة من (16- 20) سنة لجريدة الصباح بنسبة (10.9%) وتكرار (6)، ونسبة (25%) وتكرار (5) لجريدة التآخي وكانت المرتبة نفسها للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية للمدة من (6- 10) سنوات بنسبة (25.3%) وتكرار (19).
- المرتبة الثالثة تأتي بالنسبة لجريدة الصباح للمدة من (21- 25) سنة و(اقل من سنة) بنسبة (9.1%) وتكرار (5) لكل منها، وجريدة التآخي تأتي للمدة من (26- 30) سنة بنسبة (15%) وتكرار (3) اما بالنسبة لعموم القائمين بالاتصال فقد تساوت بالمرتبة بنسبة (8%) وتكرار (6) لكل من المدد من (اقل من سنة) ومن (11- 15) سنة و(16- 20) سنة و(21- 25) سنة و(26- 30) سنة.
- المرتبة الرابعة كانت للمدة من (11- 15) سنة ومن (31-35) سنة لجريدة الصباح بنسبة (7.3%) وتكرار (4)، اما جريدة التآخي فكانت للمدة من (اقل من سنة) وللمدة من (11- 15) بنسبة (10%) وتكرار (2) لكل منهما، وقد كانت لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية للمدة من (31- 35) سنة بنسبة (6.7%) وتكراره (5).
- المرتبة الخامسة كانت فقط في الجريدتين وتأتي جريدة الصباح للمدة من (26- 30) سنة بنسبة (5.5%) وتكرار (3)، ولجريدة التآخي للمدد من (21- 25) سنة ومن (31- 35) سنة بنسبة (5%) وتكرار (1) لكل مدة.

ان هذا التنوع والتفاوت في مدد الخدمة للقائمين بالاتصال من المفترض ان يكون من شأنه اغناء العمل المهني ونقل الخبرات المهنية واعراف المؤسسات الصحفية إلى القائمين بالاتصال حديثي التعيين ولكن من الملاحظ ان أكثر من نصف القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية هم من حديثي التعيين.

المبحث الثاني

الجزء الأول

الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية

أولاً: أسباب التحاق القائم بالاتصال في مهنة الصحافة

ان معطيات الجدول رقم (2-أ) عند إجابة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية عن أسباب التحاقه بمهنة الصحافة اوضحت تفاوتا كبيرا في الأسباب سنوضحها فيما يأتي:

الجدول رقم (2- أ)

يوضح (أسباب التحاق القائم بالاتصال في مهنة الصحافة).

الأسباب	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
الهواية والرغبة	33	60	1	10	50	1	43	57.3	1
دراسة الإعلام	14	25.5	2	4	20	2	18	24	2
الحصول على فرصة عمل	4	7.3	3	4	20	2	8	10.7	3
الصدفة	4	7.3	3	2	10	3	6	8	4
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

توضح مراتب اجابات المبحوثين عن أسباب الالتحاق بمهنة الصحافة كما يأتي:

- المرتبة الأولى تحدد السبب الأول هو (الهواية والرغبة) في العمل الصحفي فكانت في جريدة الصباح بنسبة (60%) وتكرار (33) وفي جريدة التآخي بنسبة (50%) بتكرار (10) وعند عموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (57.3%) بتكرار (43).
- المرتبة الثانية: تحدد سبب (دراسة الإعلام) والتخصص العلمي للقائم بالاتصال دفعته للعمل الصحفي وكانت في جريدة الصباح بنسبة (25.5%) بتكرار (14)، وفي جريدة التآخي كانت بسببي (دراسة الإعلام) و(الحصول على فرصة عمل) بنسبة (2%) وتكرار (4) لكليهما. اما لعموم القائمين بالاتصال فكانت بنسبة (24%) وتكرار (18).

- المرتبة الثالثة كانت بسبب (الصدفة) و(الحصول على فرصة عمل) بنسبة (7.3%) وتكرار (4) لكل منهما. وبسبب (الصدفة) في جريدة التآخي بنسبة (10%) وتكرار (2)، وكانت عند عموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بسبب (الحصول على فرصة عمل) بنسبة (10.7%) بتكرار (8).
- المرتبة الرابعة تأتي بسبب (الصدفة) لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (8%) وتكرار (6).

وعند تفحص مراتب أسباب التحاق القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بمهنة الصحافة يلاحظ ان هناك تفاوتا كبيرا في الأسباب جاء في (76%) هو (الرغبة بالحصول على عمل) و(الصدفة) و(الرغبة والهواية) اما سبب (التخصص العلمي أي دراسة الإعلام) فقد مثلت مرتبة (24%) من الأسباب، والذي ينظر إلى الجدول (1-د) يجد ترابطا في المتغيرات فقد وجدنا هذه النسبة جاءت بسبب التخصص العلمي الأكاديمي في مجال الإعلام والتي جاءت أيضاً بنسبة (24%) من مجموع التحصيل العلمي للقائمين بالاتصال.

ان نسبة (24%) مؤشر كبير على نحو توصيف الخصائص المهنية للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بحيث يدل على ان ما يقرب من ربع العاملين في الصحافة من المتخصصين أكاديميا في مهنة الإعلام.

ثانيا: نظام عمل القائم بالاتصال في الجريدة.

لنظام عمل القائم بالاتصال أنواع عدة تحدد العلاقة فيما بينه وبين الجريدة التي يعمل فيها سنبينها في الجدول رقم (2-ب) فيما يأتي:

الجدول رقم (2-ب)

يوضح (نظام عمل القائم بالاتصال في الجريدة).

نظام العمل المهني	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
ملاك دائم	34	61.8	1	11	55	1	45	60	1
عقد	19	34.6	2	7	35	2	26	34.7	2
مكافات ثابتة	1	1.8	3	2	10	3	3	4	3
نظام القطعة	1	1.8	3	-	-	-	1	1.3	4
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

لقد تحددت اشكال نظام عمل القائم بالاتصال في الصحافة العراقية باربعة مراتب هي:

- المرتبة الأولى عمل القائم بالاتصال على (الملاك الدائم) في الجريدة بنسبة (61.8%) وتكرار (34) لجريدة الصباح وبنسبة (55%) وتكرار (11) لجريدة التآخي ولعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (60%) وتكرار (45).
- المرتبة الثانية للعمل على نظام (العقد) مع الجرائد وجاء بنسبة (34.6%) وتكرار (19) لجريدة الصباح ونسبة (35%) لجريدة التآخي وتكرار (7)، ويأتي نظام العقد لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (34.7%) وتكرار (26).
- المرتبة الثالثة كانت لنظامي (المكافاة الثابتة) و(نظام القطعة) لجريدة الصباح بنسبة (1.8%) وتكرار (1) لكليهما، ولنظام (المكافئة الثابتة) فقط لجريدة التآخي بنسبة (10%) وتكرار (2)، وتأتي هذه المرتبة لعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (4%) وتكرار (3).
- وجاء (نظام القطعة) في المرتبة الرابعة لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (1.3%) وتكرار (1).

وتلاحظ المؤلفة من قراءة هذا الجدول ان (40%) من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية لا يعملون على نظام (الملاك الدائم) ولربما يكون العدد الكبير الفاعل في الصحافة العراقية من هؤلاء اذا ما اخذنا بعين الاعتبار ان عدداً لا يستهان به من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية قد يعمل بأعمال إدارية أو مفرغ لأعمال إدارية أو غير جرائدية في جرائدهم من الذين يعملون على (الملاك الدائم).

ثالثا: عنوان العمل الصحفي للقائم بالاتصال في الجريدة التي يعمل فيها:

توزعت عناوين العمل للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية على سبعة عناوين موزعة على خمسة مراتب وكما هي في الجدول رقم (2- ج).

الجدول رقم (2- ج)

يوضح (عنوان العمل الصحفي للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية في الجريدة التي يعمل فيها).

عنوان العمل الحالي	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
محرر	32	58.8	1	17	85	1	49	65.3	1
محرر أقدم	6	10.9	2	-	-	-	6	8	2
مدير قسم	5	9.1	3	-	-	-	5	6.7	3
مدير تحرير	4	7.3	4	1	5	2	5	6.7	3
سكرتير تحرير	4	7.3	4	1	5	2	5	6.7	3
محرر دسك	3	5.5	5	-	-	-	3	4	4
رئيس تحرير	1	1.8	6	1	5	2	2	2.7	5
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

- المرتبة الأولى: حاز عليها عنوان (محرر) في جريدة الصباح بنسبة (58.8%) وتكرار (32) وجريدة التآخي (85%) وتكرار (17) وكانت لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (65.3%) وتكرار (49).
- المرتبة الثانية: كانت لعنوان (محرر أقدم) لجريدة الصباح فقط بنسبة (10.9%) وتكرار (6) ولجريدة التآخي جاء عناوين عمل القائم بالاتصال بعنوان (مدير تحرير) و(سكرتير تحرير) و(رئيس تحرير) بنسبة (5%) وتكرار (1) لكل منهم، اما لعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية فكانت بعنوان (محرر اقدم) بنسبة (8%) وتكرار (6).
- المرتبة الثالثة: كانت لعنوان (مدير قسم) في جريدة الصباح فقط بنسبة (9.1%) وتكرار (5)، ولعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية لعنوان (مدير قسم) و(مدير تحرير) و(سكرتير تحرير) بنسبة (6.7%) وتكرار (5) لكل منهم.
- المرتبة الرابعة: كانت لعنواني (مدير تحرير) و(سكرتير تحرير) في جريدة الصباح فقط بنسبة (7.3%) وتكرار (4) لكل منهما ولعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية كانت بنسبة (4%) وتكرار (2) لعنوان (محرر دسك).

- المرتبـة الخامسـة: كانـت لعنـوان (محـرر دسـك) في جريـدة الصـباح فقـط بنسـبة (5.5%ِ) وتكرار (3)، وكانت هذه المرتبـة لعنـوان (رئـيس تحريـر) بنسـبة (2.7%) وتكرار (2) لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية.
- المرتبة السادسـة بعنـوان (رئـيس تحريـر) في جريـدة الصـباح فقـط بنسـبة (1.8%) وتكرار (1).

وتلاحظ المؤلفة في مجال عنوان العمل إن جريـدة التـآخي تخلـو مـن عنـاوين (محـرر أقدم) و(مدير قسم) و(محرر دسك) وهذا يعني تفاوت العنـاوين التـي يعمـل بهـا القـائمون بالاتصال في الصحافة العراقية من جريدة إلى أُخرى.

رابعا: عنوان العمل الصحفي الذي يرغب فيه القائم بالاتصال في الصحافة العراقية في جريدته

في الجدول السابق رقم (2-ج) لاحظنا عنـوان العمـل الـذي يمارسـه القـائم في الاتصـال ولبيان رغبات عنوان العمل الذي يرغب العمل فيه القائم بالاتصال لنستدل منها على طموحه أو عدم رغبته في تغيير عنوان عمله وسنبين ذلك في الجدول رقم (2-د) الاتي:

جدول (2- د)

يوضح (عنوان العمل الصحفي الذي يرغب فيه القائم بالاتصال في الصحافة العراقية في جريدته)

عنوان العمل المرغوب	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
محرر	20	31.4	1	15	75	1	35	46.7	1
مدير قسم	9	16.4	2	-	-	-	9	12	3
سكرتير تحرير	8	14.6	3	3	15	2	11	14.7	2
محرر أقدم	7	12.7	4	-	-	-	7	9.3	4
مدير تحرير	6	10.9	5	1	5	3	7	9.3	4
محرر دسك	3	5.5	6	-	-	-	3	4	5
رئيس تحرير	2	3.6	7	1	5	3	3	4	6
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

توزعت رغبات القائمين بالاتصال في العمل على (سبعة) عنـاوين مقسـمة عـلى مراتـب عدة وهي:

- المرتبة الأولى كانت لعنوان (محرر) بنسبة (36.4%) وتكرار (20) لجريدة الصباح، و(75%) بتكرار (15) لجريدة التآخي وبنسبة (46.7%) وتكرار (35) لعموم القائمين بالاتصال.
- المرتبة الثانية لعنوان (مدير قسم) في جريدة الصباح بنسبة (16.4%) وتكرار (9)، اما جريدة التآخي فجاء بعنوان (سكرتير تحرير) لانه لا يوجد لديهم عنوان (مدير قسم)* بنسبة (15%) وتكرار (3) وقد كان عنوان (سكرتير تحرير) بنسبة (14.7%) وتكرار (11) لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية.
- المرتبة الثالثة: كانت في الجريدة الصباح لعنوان (سكرتير تحرير) بنسبة (14.6%) وتكرار (8) اما في جريدة التآخي فكانت لعنوان (مدير تحرير) و(رئيس تحرير) بنسبة (5%) وتكرار (1). لكل منهما. وكانت بنسبة (12%) وتكرار (9) لعنوان (مدير قسم) لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية.
- المرتبة الرابعة: كانت لعنوان (محرر اقدم) في جريدة الصباح فقط بنسبة (12.7%) وتكرار (7)، ولعموم القائمين بالاتصال بنسبة (9.3%) وتكرار (7) وقد شاركتها في المرتبة عنوان (مدير تحرير).
- المرتبة الخامسة: لعنوان (مدير تحرير) في جريدة الصباح فقط بنسبة (10.9%) وتكرار (6) ولعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية كانت لعنواني (رئيس تحرير) (محرر دسك) بنسبة (4%) وتكرار (3).
- المرتبة السادسة لعنوان (محرر دسك) في جريدة الصباح فقط بنسبة (5.5%).
- المرتبة السابعة لعنوان (رئيس تحرير) في جريدة الصباح فقط بنسبة (3.6%) وتكرار (2).

وعند مقابلة المؤلفة (الجدول رقم (2-د) مع الجدول (2-ج) لاحظت إن القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية يرغبون بتغيير عناوين عملهم من محرر إلى عناوين متقدمة في الجريدة فضلا عن رغبتهم في تغيير عناوين عملهم في المواقع الأُخرى وإذا ما تفحصنا -فضلا عن ذلك- الجدول رقم (2- ب) مع الإفادة من المعلومات في الاستبانة عند تفريغها لاحظنا أنّ هناك مجموعة من القائمين بالاتصال لا تتعدى مدة عملهم العام الواحد ولكنهم يعملون على نظام (الملاك الدائم) وفي مواقع متقدمة على اقرانهم. وكان احدهم (مسؤول قسم) في جريدة الصباح

* انظر الجدول (2- ج).

بتخصص أكاديمي غير إعلامي ومستاء من موقعه ويرغب برئاسة التحرير وبالمقابل فقد وجدنا من هم بخدمة طويلة جدا ويعملون على نظام العقد.

خامسا: التخصص الصحفي للموضوعات التي يرغب القائم بالاتصال في الصحافة العراقية العمل بها.

ان من اهم المميزات الصحفية ان يكون الصحفي متمكنا من تحقيق المواضيع التي يعمل عليها أو يكلف بالعمل بها، وعن التخصص الذي يرغب به القائم بالاتصال في الصحافة العراقية العمل به هو ما سنبينه في الجدول رقم (2-هـ) وكما يأتي:

الجدول رقم (2- هـ)

يوضح (التخصص الصحفي للموضوعات التي يرغب القائم بالاتصال في الصحافة العراقية العمل بها).

التخصص المرغوب	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
السياسة	21	38.2	1	5	25	1	26	34.7	1
عام	8	14.6	2	3	15	2	11	14.7	3
الفنون	7	14.7	3	5	25	1	12	16	2
الادب	5	9.1	4	3	15	2	8	10.7	4
الرياضة	5	9.1	4	2	10	3	7	9.3	5
المجتمع	4	7.3	5	-	-	-	4	5.3	6
العلوم	3	5.5	6	1	5	4	4	5.3	6
الاقتصاد	1	1.8	7	-	-	-	1	1.3	8
الدين	1	1.8	7	1	5	4	2	2.7	7
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

بلغت التخصصات التي يرغب القائم بالاتصال في الصحافة العراقية العمل بها (تسع تخصصات) وثماني مراتب وتوضيحها كما يأتي:

- المرتبة الأولى: للتخصص في موضوع (السياسة) بلغ في جريدة الصباح نسبة (38.2%) بتكرار (21)، وفي جريدة التآخي بنسبة (25%) وبتكرار (5) ولعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (34.7%) وتكرار (26).
- المرتبة الثانية: (للتخصص العام) أي لعموم المواضيع جاء بنسبة (14.6%) وتكرار (8) لجريدة الصباح ولتخصصي (الفنون والادب) لجريدة التآخي بنسبة (15%) وتكرار (3) ولعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية كان بنسبة (16%) وتكرار (12).
- المرتبة الثالثة: لتخصص (الفنون) بنسبة (12.7%) وتكرار (7) لجريدة الصباح ونسبة (10%) وتكرار (2) لجريدة التآخي، ولعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (14.7%) وتكرار (11).
- المرتبة الرابعة: لتخصصي (الادب) و(الرياضة) لجريدة الصباح بنسبة (9.1%) وتكرار (5) لكليهما ولتخصصي (العلوم) و(الدين) بنسبة (5%) وتكرار (1) لكليهما في جريدة التآخي اما عموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية لتخصص (الادب) بنسبة (10.7%) وتكرار (8).
- المرتبة الخامسة كانت لتخصص (المجتمع) فقط في جريدة الصباح بنسبة (7.3%) وتكرار (4) اما عند القائمين في الاتصال في الصحافة العراقية فكانت لتخصص (الرياضة) بنسبة (9.3) وتكرار (7).
- المرتبة السادسة لتخصص (العلوم) في جريدة الصباح فقط بنسبة (5.5%) وتكرار (3)، وعند القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية لتخصصي (العلوم) و(المجتمع) بنسبة (9.3%) وتكرار (4) لكل منهما.
- المرتبة السابعة كانت لتخصصي (الاقتصاد) و(الدين) في جريدة الصباح بنسبة (1.8%) وتكرار (1) لكل منهما وعند عموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية لتخصص (الدين) بنسبة (2.7%) وتكرار (2).
- المرتبة الثامنة لتخصص (الاقتصاد) عند عموم القائم بالاتصال بنسبة (1.3%) وتكرار (1).

ويلاحظ في اعلى سلم الرغبة للتخصص الصحفي جاء موضوع (السياسة) عند القائم بالاتصال في الصحافة العراقية وتدرجت عند المواضيع الأُخرى بشكل متقارب. وكانت في اخر سلم الرغبة للتخصص الصحفي لموضوع الدين والاقتصاد.

سادسا: رغبة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بان يكون جرائديا متخصصا أو شاملا

ترجحت كفة رغبة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية لصالح ان يكون جرائديا متخصصا عنه جرائديا شاملا نسبة قليلة جدا وكما هو موضح في الجدول رقم (2-و)

الجدول رقم (2- و)

يوضح (رغبة القائم بالاتصال بان يكون جرائديا متخصصا أو شاملا).

الجريدة	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
متخصص	31	56.4	1	13	65	1	44	58.7	1
شامل	24	43.6	2	7	35	2	31	41.3	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

توزعت مراتب هذا الجدول على:

- المرتبة الأولى: كانت لرغبة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بان يكون جرائديا (متخصصا) بنسبة (58.7%) وتكرار (44).
- المرتبة الثانية: كانت لرغبة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بان يكون جرائديا (شاملا) بنسبة (41.3%) وتكرار (31).

وقد خصصت المؤلفة سؤالين تستقصي بها أسباب رغبة القائم بالاتصال بان يكون جرائديا متخصصا أو شاملا سيأتي بيان معطيات اجوبتها عن طريق الاستبانة في الجدولين الفرعيين للجدول (2-و).

سابعا: أسباب رغبة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية ان يكون جرائديا متخصصا

تأتي الإجابة عن أسباب رغبة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية في ان يكون جرائديا متخصصا في الجدول (2-و-1) وهو جدول فرعي للجدول (2-و) وكانت النسب تأتي مقسمة على (44) هو عدد الذين اجابوا بالتخصص.

الجدول (2-و-1)

يوضح (أسباب رغبة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية في ان يكون جرائديا متخصصاً).

الرغبة في العمل الصحفي المتخصص	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
التخصص يتلاءم مع مؤهلاتي العلمية والمهنية	14	45.2	1	4	30.8	1	18	40.9	1
التركيز وعدم التشتت في أكثر من مجال	7	22.3	2	3	23.1	2	10	22.7	2
الإحاطة بجوانب العمل المتخصص جميعها	4	12.9	3	3	23.1	2	7	15.9	3
يحقق دقة التغطية	3	9.7	4	2	15.4	3	5	11.4	4
يحقق الإبداع في العمل	3	9.7	4	1	7.7	4	4	9.1	5
الكلي	31	100	-	13	100	-	44	100	-

جاءت الرغبة في ان يكون القائم بالاتصال جرائديا متخصصا مقسمة على خمسة أسباب وبخمسة مراتب لمجموع (44) منهم (31) في جريدة الصباح و(13) في جريدة التآخي وهي كما يأتي:

- المرتبة الأولى كانت بسبب ان (التخصص يتلاءم مع مؤهلات القائم بالاتصال العلمية والمهنية) في جريدة الصباح بنسبة (45.2%) وتكرار (14) وفي جريدة التآخي بنسبة (30.8%) وتكرار (4)، اما عند عموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية فكانت بنسبة (40.9%) وتكرار (18).
- المرتبة الثانية: كانت بسبب (التركيز وعدم التشتت في أكثر من مجال) لجريدة الصباح بنسبة (22.3%) وتكرار (7) وكانت لجريدة التآخي لسببي (التركيز وعدم التشتت في أكثر من مجال) و(الإحاطة بجميع جوانب العمل المتخصص) بنسبة (23.1) وتكرار (3) لكل منهما. اما عند عموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية فكانت بنسبة (22.7%) وتكرار (10).

- المرتبة الثالثة: تأتي بسبب (الإحاطة بجوانب العمل المتخصص جميعها) في جريدة الصباح بنسبة (12.9%) وتكرار (4). وبسبب (تحقيق الدقة في التغطية) لجريدة التآخي بنسبة (15.4%) وتكرار (2) وكانت لعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بسبب (الإحاطة في بجوانب العمل المتخصص جميعها) بنسبة (15.9%) وتكرار (7).
- المرتبة الرابعة: كانت بسبب (تحقيق دقة التغطية) و(تحقيق الإبداع في العمل) لجريدة الصباح بنسبة (9.7%) وتكرار (3) لكليهما، اما في جريدة التآخي فكانت بسبب (تحقيق الإبداع في العمل) بنسبة (7.7%) وتكرار (1) وتأتي بسبب (تحقيق دقة التغطية) لعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (11.4%) وتكرار (5).
- المرتبة الخامسة: كانت فقد لعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بسب (تحقيق الإبداع في العمل) بنسبة (9.1%) وتكرار (4).

ثامنا: أسباب رغبة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية ان يكون جرائديا شاملا

يبين الجدول الفرعي رقم (2-و-2) أسباب رغبة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية في ان يكون جرائديا شاملا، وتأتي النتائج مقسمة على (31) وهو عدد الذين يرغبون (بالشمولية) في العمل الصحفي.

الجدول رقم (2-و- 2)

يوضح (أسباب رغبة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية ان يكون جرائديا شاملا).

المواضيع	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
القدرة واتاحة العمل في الكتابة في المواضيع جميعها	17	70.8	1	4	57.1	1	22	71	1
الاتصال الواسع بالجمهور	4	16.7	2	2	28.6	2	5	16.1	2
اتاحة العمل في أقسام الجريدة جميعها	3	12.5	3	1	14.3	3	4	12.9	3
الكلي	24	100	-	-	100	-	31	100	-

جاءت الرغبة في ان يكون القائم بالاتصال في الصحافة العراقية جرائديا شاملا مقسمة على ثلاثة أسباب وبخمسة مراتب من مجموع (31) منهم (24) في جريدة الصباح و(11) في جريدة التآخي وهي كما يأتي:

- المرتبة الأولى: كانت بسبب (القدرة واتاحة العمل في الكتابة في المواضيع جميعها) لجريدة الصباح بنسبة (70.8%) وتكرار (17) ولجريدة التآخي بنسبة (57.1%) وتكرار (4). ولعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (71%) وتكرار (22).
- المرتبة الثانية كانت لسبب (الاتصال الواسع بالجمهور) بنسبة (16.7%) وتكرار (4) في جريدة الصباح ونسبة (28.6%) وتكرار (2) في جريدة التآخي وبنسبة (16.1%) وتكرار (5) لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية.
- المرتبة الثالثة: كانت لسبب (اتاحة العمل في جميع اقسام الجريدة) لجريدة الصباح بنسبة (12.5%) وتكرار (3) ولجريدة التآخي بنسبة (14.3%) بتكرار (1)، ولعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (12.9%) وتكرار (4).

ومن ذلك تستدل المؤلفة على ان القائمين بالاتصال الذين يرغبون بالعمل الصحفي الشامل يشعرون بانهم قادرين على الكتابة في كل مجال من جهة، واتاحة الفرصة لهم للعمل في اقسام الجريدة كلها من جهة أُخرى.

تاسعا: ارتباط القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بعمل اخر غير العمل في الجريدة التي يعمل بها

يبين الجدول رقم (2-ز) ارتباط القائم بالاتصال في الصحافة العراقية لعمل اخر غير العمل الذي يعمل فيه ام لا وكما هو موضح فيما يأتي:

الجدول رقم (2-ز)

يوضح (ارتباط القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بعمل اخر غير العمل في الجريدة التي يعمل فيها).

هل يوجد عمل آخر	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
نعم	4	7.3	2	8	40	2	12	16	2
لا	51	92.7	1	12	60	1	63	84	1
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

- جاءت المرتبة الأولى للقائمين بالاتصال الذين لا يعملون في مجال اخر غير العمل في جريدتهم بنسبة (92.7%) وتكرار (51) لجريدة الصباح ونسبة (60%) وتكرار (12) لجريدة التآخي، ولعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية جاءت بنسبة (84%) وتكرار (63).
- المرتبة الثانية للقائمين بالاتصال الذين يملكون عملا آخراً وكانت بنسبة (7.3%) وتكرار (4) لجريدة الصباح و(40%) بتكرار (8) لجريدة التآخي ولعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (16%) وتكرار (12).

وتدل النتائج على أن هناك نسبة ضئيلة جدا من الذين يعملون عملا آخراً غير عملهم الصحفي، وهذا يؤشر حالة ايجابية تشير الى تفرغ الصحفي التام لعمله المهني مما يزيد من درجة الإنتاج والإتقان.

عاشرا: نوع العمل الذي يمارسه القائم بالاتصال في الصحافة العراقية خارج جريدته.

جاءت هذه المعطيات في جدول فرعي رقم (2-ز-1) للجدول (2-ز) حول نوع العمل الذي يمارسه القائم بالاتصال في الصحافة العراقية خارج جريدته وفيما يأتي بيان ذلك:

الجدول رقم (2-ز-1)

يوضح (نوع العمل الذي يمارسه القائم بالاتصال في الصحافة العراقية خارج جريدته).

نوع العمل الآخر للقائم بالاتصال	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
موظف في دائرة أُخرى	2	50	1	5	62.5	1	7	58.3	1
مقدم برامج تلفزيونية	2	50	1	1	12.5	3	3	25	2
محرر في جريدة أُخرى	-	-		2	25	2	2	16.7	3
الكلي	4	100	-	8	8	-	12	100	-

وقفت المؤلفة عند ثلاثة أنواع من العمل يمارسها القائم بالاتصال خارج جريدته وثلاث مراتب أجابوا بوجود عمل آخر هو (12) مقسمة على (4) في جريدة الصباح و(8) في جريدة التآخي وهي كما يأتي:

- المرتبة الأولى: كانت للعمل (موظف في دائرة أُخرى) في جريدة الصباح بنسبة (50%) وتكرار (2) وفي جريدة التآخي بنسبة (62.5%) وتكرار (5) ولعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (58.3%) وتكرار 7.
- المرتبة الثانية: كانت للعمل (مقدم برامج تلفزيونية) بنسبة (50%) وتكرار (2) في جريدة الصباح، وللعمل (محرر في جريدة أُخرى) في جريدة التآخي بنسبة (25%) وتكرار (2)، اما لعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية فكانت للعمل (مقدم برامج تلفزيونية) بنسبة (25%) وتكرار (3).
- المرتبة الثالثة: كانت للعمل (مقدم برامج تلفزيونية) فقط لجريدة التآخي بنسبة (12.5%) وتكرار (1) ولعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية (25%) وتكرار (3).

وتلاحظ المؤلفة في هذا المجال ان بعض العمل خارج الجريدة هو عمل إعلامي أيضاً.

أحد عشر: أفضل الخصائص المهنية التي يجب ان يمتاز بها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية

بين القائمون بالاتصال عن طريق إجاباتهم عن أفضل الخصائص المهنية التي يجب ان يتميز بها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية حسب آرائهم بسبعة مهارات مهمة كما في الجدول رقم (2- ح).

الجدول (2-ح)

يوضح (أفضل الخصائص المهنية التي يجب ان يتميز بها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية).

أفضل الخصائص المهنية في نظر القائمين بالاتصال	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
امتلاك المهارات الاتصالية	20	36.4	1	12	60	1	32	42.7	1
احترام مهنة الصحافة وحب زملاء المهنة	9	16.4	2	2	10	2	11	14.7	2
التقيد بأخلاقيات العمل الصحفي	8	14.6	3	2	10	2	10	13.3	3
مواكبة الاحداث والاطلاع على مصدر المعلومات	8	14.6	3	-	-	-	8	10.7	4
الإدراك والفهم السليم	6	10.9	4	2	10	2	8	10.7	4
القدرة على الإبداع	2	3.6	5	2	10	2	4	10.7	5
القدرة على مقارنة المعلومات وتقويمها	2	3.6	5	-	-	-	2	2.7	6
الكلي	55	100	-	-	100	-	75	100	-

توزعت الخصائص المهنية التي يتميز بها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية على ستة مراتب وهي:

- المرتبة الأولى: كانت لـ(امتلاك المهارات الاتصالية) لجريدة الصباح بنسبة (36.4%) وتكرار (20) وفي جريدة التآخي بنسبة (60%) وتكرار (12) اما لعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية فكانت بنسبة (42.7%) وتكرار (32).
- المرتبة الثانية: كانت لميزة (احترام مهنة الصحافة وحب زملاء المهنة) في جريدة الصباح بنسبة (86.4%) وتكرار (9). ولعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (14.7%) وتكرار (11) وقد جاءت جميع الخصائص (الست) في المرتبة الثانية في جريدة التآخي بنسبة (10%) وتكرار (2) لكل منها (انظر الخصائص في الجدول (2-ح).

- المرتبة الثالثة: لوجوب (التقيد بأخلاقيات العمل الصحفي) ولـ(مواكبة الاحداث والاطلاع على مصادر المعلومات) بنسبة (14.6%) وتكرار (8) لعل منهما لجريدة الصباح فقط، وعند عموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية كانت لوجوب (التقيد بأخلاقيات العلم الصحفي) بنسبة (13.3%) وتكرار (10).
- المرتبة الرابعة: كانت لميزة (الادراك والفهم السليم) لجريدة الصباح فقط بنسبة (1.9%) وتكرار (6)، اما عن عموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية فقد جاءت لميزتي (الادراك والفهم السليم) و(مواكبة الاحداث والاطلاع على مصادر المعلومات) بنسبة (1.7%) وتكرار (8).
- المرتبة الخامسة كانت لميزتي (القدرة على الابداع) و(القدرة على مقارنة المعلومات وتقويمها) في جريدة الصباح فقط بنسبة (3.6%) وتكرار (2)، اما عند عموم القائم بالاتصال فكانت لميزة (القدرة على الابداع) بنسبة (2.7%) وتكرار (2).
- المرتبة السادسة جاءت لميزة (القدرة على مقارنة المعلومات وتقويمها) فقط لعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (2.7%) وتكرار (2).

وتبين إنّ خاصية (امتلاك المهارات الاتصالية) جاءت في المرتبة الأولى لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية مما يؤكد أهمية التحصيل العلمي والتدريب لتنمية هذا الجانب والمساهمة في تأهيل القائم بالاتصال في أداء دوره الإعلامي.

المبحث الثاني

(الجزء الثاني)

أخلاقيات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية وما يؤثر عليها سلبا أو ايجابا

أولاً: نوع التزام القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بأخلاقيات المهنة الصحفية

يؤكد الجدول رقم (2-ط) نوع التزام القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بأخلاقيات العمل المهني الصحفي سلبا أم ايجابا كما يأتي:

الجدول رقم (2- ط)

يوضح (موقف القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية من الالتزام بأخلاق المهنة الصحفية).

نوع الالتزام باخلاق المهنة الصحفية	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
ايجابي	39	70.9	1	16	80	1	55	73.3	1
سلبي	16	29.1	2	4	20	2	20	26.7	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

- تأتي بالمرتبة الأولى: للموقف الايجابي بالتزام القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بأخلاقيات العمل الصحفي لجريدة الصباح بنسبة (70.1%) وتكرار (39) والجريدة التآخي بنسبة (80%) وتكرار (16)، ولعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (73.3%) وتكرار (55).
- اما المرتبة الثانية فكانت للموقف السلبي بالالتزام بأخلاقيات العمل الصحفي المهني لجريدة الصباح بنسبة (29.1%) وتكرار (16) ولجريدة التآخي بنسبة (20%) وتكرار (4) ولعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (26.7%) وتكرار (20).

تدلل هذه النسب على أن القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية يشخصون نسبة مهمة جدا للموقف السلبي من الالتزام بأخلاقيات المهنة الصحفية.

ثانيا: أوجه إساءة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية إلى أخلاقيات المهنة الصحفية

أجاب القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية عن أجه الإساءة إلى أخلاقيات المهنة الصحفية في الجدول رقم (2-ط-1) بما يأتي:

الجدول (2-ط-1)

يوضح (أوجه إساءة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية إلى أخلاقيات المهنة الصحفية).

أوجه الإساءة للمهنة الصحفية	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
استغلال المهنة لمصالح شخصية	19	48.7	1	6	37.5	1	25	45.5	1
ضعف الأداء الصحفي	12	30.8	2	6	37.5	1	18	32.7	2
عدم نقل المعلومات بشكل امين	6	15.4	3	2	12.5	2	8	14.5	3
سوء السلوك وعدم اللياقة	2	5.1	4	2	12.5	2	4	7.3	4
الكلي	39	100	-	16	100	-	55	100	-

لقد حدد هذا الجدول اربعة أسباب تدعو للإساءة إلى أخلاقيات المهنة الصحفية وباربعة مراتب تأتي كما يأتي:

- المرتبة الأولى حددت سبب (استغلال المهنة للمصالح الشخصية) لجريدة الصباح بنسبة (48.7%) وتكرار (19)، ولجريدة التآخي (37.5%) وتكرار (6) وقد جاء معها بالمرتبة نفسها السبب (ضعف الأداء المهني) بالنسبة نفسها والتكرار. اما لعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية فكانت المرتبة لسبب (استغلال المهنة لمصالح شخصية) بنسبة (45.5%) وتكرار (25).
- المرتبة الثانية كانت لسبب (ضعف الأداء الصحفي) لجريدة الصباح بنسبة (30.8) وتكرار (12)، اما بالنسبة لجريدة التآخي فكانت المرتبة الثانية لسببي (عدم نقل المعلومات بشكل امين) و(سوء السلوك وعدم اللياقة) بنسبة (12.5%) وتكرار (2) لكليهما، اما لعموم القائمين بالاتصال فكانت بنسبة (32.7%) وتكرار (18).
- المرتبة الثالثة: كانت لسبب (عدم نقل المعلومات بشكل امين) في جريدة الصباح فقط بنسبة (15.4%) وتكرار (6)، اما عند عموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية فكانت بنسبة (14.6%) وتكرار (8).

- المرتبة الرابعة: كانت لسبب (سوء السلوك وعدم اللياقة) لجريدة الصباح فقط بنسبة (5.1%) وتكرار (2) وعند عموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (7.3%) وتكرار (4).

وعند تدقيق المؤلفة في هذه النسب وجدت ان نسبة (52.8%) من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية كانت أوجه إساءتهم من نسبة (26.7%) الواردة في الجدول رقم (2-ط) تتعلق (بالموضوعية والكفاءة المهنية) اما نسبة (47.2%) لنسبة الجدول (2-ط) نفسها كانت تتعلق بـ(سوء السلوك الشخصي) للقائم بالاتصال. وهذا يدلل على ان نسبة سوء السلوك هي قليلة جدا.

ثالثا: الأسباب التي أثرت سلباً في الأداء الصحفي للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية.

تحددت الأسباب التي أثرت سلبا في أداء القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بستة أسباب سنوضحها فيما يأتي كما جاءت في الجدول رقم (2-ي).

الجدول رقم (2-ي)

يوضح (الأسباب التي أثرت سلبا في الأداء الصحفي للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية).

الأسباب التي أثرت سلبا في الأداء الصحفي	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
تسلل عدد من الدخلاء على مهنة الصحافة الذين يفتقرون إلى التخصص العلمي	18	32.7	1	10	50	1	28	37.3	1
قلة الدورات الإعلامية	12	21.8	2	4	20	2	16	23.3	2
العلاقات الشخصية في العمل الصحفي	10	18.2	3	4	20	2	14	18.7	3
عدم اهتمام الجريدة بالمضون	8	14.6	4	-	-	-	8	10.7	4
عدم وجود روح المنافسة	6	10.9	5	2	10	3	8	10.7	4
التناقض بين القائمين بالاتصال	1	1.8	6	-	-	-	1	1.3	5
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

تحدد الأسباب التي أثرت سلبا في الأداء الصحفي للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بخمسة مراتب هي:

- المرتبة الأولى كانت لسبب (تسلل عدد من الدخلاء على مهنة الصحافة الذين يفتقرون إلى التخصص العلمي) لجريدة الصباح بنسبة (32.7%) وتكرار (18)، اما لجريدة التآخي فكانت بنسبة (50%) وتكرار (10) وعند عموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (37.3%) وتكرار (28).
- المرتبة الثانية كانت في جريدة الصباح لسبب (قلة الدورات الإعلامية) بنسبة (21.8%) وتكرار (12) اما لجريدة التآخي فكانت لسببي (قلة الدورات الإعلامية) و(العلاقات الشخصية في العمل الصحفي) بنسبة (20%) وتكرار (4) لكليهما. اما عند عموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية فكانت لسبب (قلة الدورات الإعلامية) بنسبة (21.3%) وتكرار (16).
- المرتبة الثالثة كانت بسبب (العلاقات الشخصية في العمل الصحفي) لجريدة الصباح بنسبة (18.2%) وتكرار (10) ولجريدة التآخي كانت بسبب (عدم وجود روح المنافسة) بنسبة (10%) وتكرار (2). وكانت عند عموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية لسبب (العلاقات الشخصية في العمل الصحفي) بنسبة (18.7%) وتكرار (14).
- المرتبة الرابعة كانت في جريدة الصباح فقط لسبب (عدم اهتمام الجريدة بالمضمون) بنسبة (14.6%) وتكرار (8) ولعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (10.7%) وتكرار (8) ولسبب عدم وجود روح المنافسة) بالنسبة والتكرار نفسهما.
- المرتبة الخامسة كانت لسبب (عدم وجود روح المنافسة) في جريدة الصباح فقط بنسبة (10.9%) وتكرار (6) ولعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بسبب (التناقض بين القائمين بالاتصال) بنسبة (1.3%) وتكرار (1).
- المرتبة السادسة كانت في جريدة الصباح فقط لسبب (التناقض بين القائمين بالاتصال) بنسبة (1.8%) وتكرار (1).

رابعا: نوع تأثير الموقع في الجريدة التي يعمل فيها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية

سنتعرف في الجدول رقم (2-ك) على نوع تأثير الموقع في الجريدة التي يعمل فيها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية سلبا أو ايجابا فيما يأتي:

الجدول رقم (2-ك)

يوضح (نوع تأثير الموقع في الجريدة التي يعمل فيها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية).

تأثير الموقع في الجريدة	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
ايجابي	48	87.3	1	20	100	1	68	90.7	1
سلبي	7	12.7	2	-	-	-	7	9.3	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

لقد جاء في الجدول (التأثير الايجابي) على القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (9.7%) وتكرار (68)، وكانت نسبة (87.3%) وتكرار (48) لجريدة الصباح، ونسبة (100%) وتكرار (20) لجريدة التآخي.

اما (التأثير السلبي) فكان (9.3%) وتكرار (7) في الصحافة العراقية وكان لجريدة الصباح فقط وبنسبة (12.7%) وتكرار (7).

خامسا: أسباب التأثير الايجابي للموقع في الجريدة التي يعمل فيها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية

افرز الجدول رقم (2-ك) ان نسبة (90.7%) من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية يؤثر الموقع في الجريدة ايجابا على عملهم المهني الصحفي وفي الجدول الاتي رقم (2-ك-1) سنتبين أسباب هذا التأثير وهي:

الجدول رقم (2-ك-1)

يوضح (اسباب التأثير الايجابي للموقع في الجريدة التي يعمل فيها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية)

أسباب التأثر الايجابي للموقع	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
يطور قدرات القائم بالاتصال ويحقق رغباته المهنية	18	37.5	1	8	40	1	26	38.2	1
يسهل مواكبة الاحداث بشكل يومي مما يعزز المعرفة والادراك لدى القائمين بالاتصال	12	25	2	5	25	2	17	25	2
يحقق دوام الاتصال بالجمهور ويزيد من العلاقات الاجتماعية	9	18.8	3	4	20	3	13	19.1	3
الحصول على المعلومات من مصادرها بسهولة	5	10.4	4	2	10	4	7	10.3	4
قدرة الموقع على توفير المستلزمات المهنية وتحقيق فرص التغطية	2	4.2	5	-	-	-	2	2.9	5
الإفادة من معلومات وخبرات الزملاء	2	4.2	5	-	-	-	2	2.9	5
الاحتكاك بالمصادر القانونية الرسمية	-		-	1	5	5	1	1.5	6
الكلي	48	100		20	100	-	68	100	-

حدد القائمون بالاتصال بالإجابة عن أسباب التأثير الايجابي على القائم بالاتصال في الصحافة العراقية للموقع الذي يعملون فيه في الجريدة إلى سبعة أسباب كانت في ستة مراتب وهي كما يأتي:

- المرتبة الأولى كانت بسبب ان الموقع (يطور قدرات القائم بالاتصال ويحقق رغباته المهنية لجريدة الصباح بنسبة (37.5%) وتكرار (18) ولجريدة التآخي بنسبة (40%) وتكرار (8) اما لعموم القائمين بالاتصال فكانت بنسبة (38.2%) وتكرار (26).
- المرتبة الثانية كانت بسبب انه (يسهل مواكبة الاحداث بشكل يومي مما يعزز المعرفة والادراك لدى القائمين بالاتصال) بنسبة (25%) وتكرار (12) لجريدة الصباح ونسبة (25%) وتكرار (5) لجريدة التآخي ولعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (25%) وتكرار (17).

- المرتبـة الثالثـة لسـبب انـه (يحقـق دوام الاتصـال بـالجمهور ويزيـد مـن العلاقـات الاجتماعية) بنسبة (18.8%) وتكرار (9) لجريدة الصباح ونسبة (20%) وتكـرار (4) لجريدة التآخي اما لعموم القائمين بالاتصـال في الصـحافة العراقيـة بنسـبة (19.1%) وتكرار (13).
- المرتبة الرابعة كانت لسبب (الحصول على المعلومات من مصـادرها بسـهولة) فكـان بجريـدة الصـباح بنسـبة (10.4%) وتكـرار (5) وفي جريـدة التـآخي بنسـبة (10%) وتكرار (2)، اما لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقيـة تـأتي بنسـبة (10.3%) وتكرار (7).
- المرتبة الخامسة كانت بالنسبة لعموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بسـبب (قدرة الموقع على توفير المستلزمات المهنية وتحقيق فرص التغطية) ولسبب (الإفادة مـن معلومـات وخـبرات الـزملاء) بنسـبة (2.9%) وتكـرار (2) كلـيهما، وفي جريـدة الصباح بنسبة (4.2%) وتكرار (2) لكلـيهما، امـا في جريـدة التـآخي فجـاءت المرتبـة الخامسة لسبب (الاحتكاك بالمصادر القانونية الرسمية) بنسبة (5%) وتكرار (1).
- المرتبـة السادسـة كانـت لعمـوم القـائمين في الصـحافة العراقيـة لسـبب (الاحتكـاك بالمصادر القانونية الرسمية بنسبة (1.5%) وتكرار (1).

سادسا: أسباب التأثير السلبي للموقع في الجريدة التي يعمل فيها القائم بالاتصال في الصـحافة العراقية:

كانت نسبة التأثير السلبي للموقع في الجريدة التي يعمـل فيهـا القـائمون بالاتصـال في الصحافة العراقية حسب الجدول رقـم (2-ك) هـي (9.3%) وسـيبين الجـدول (2-ك-2) هـذه الأسباب.

الجدول رقم (2-ك-2)

يوضح (أسباب التأثير السلبي للموقع في الجريدة التي يعمل فيها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية).

أسباب التأثير السلبي للموقع	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
عدم توافر الفرص للحصول على الاخبار والتقاطها بسبب الوضع المهني في الجريدة	7	100	1	-	-	-	7	100	1
الكلي	7	100	-	-	-	-	7	100	-

عند قراءة الجدول رقم (2-ك-2) نجد ان سببا واحدا اثر سلبا على القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية وهو (عدم توافر الفرص للحصول على الاخبار والتقاطها بسبب الوضع المهني في الجريدة) وكانت نسبة (100%) وتكرار (7). والذي جاء بالنسبة والتكرار نفسها في جريدة الصباح، وقد خلت جريدة التآخي من هذا السبب لأن إجابات مبحوثيها بعدم وجود تأثير سلبي للموقع عليهم.

المبحث الثالث

اتجاهات واعتبارات القائم بالاتصال المهمة للمادة الصحفية في الصحافة العراقية

أولاً: الفنون الصحفية التي يكتب بها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية لرسائلهم الاتصالية في الجريدة

في الجدول رقم (3-أ) يبين القائم بالاتصال في الصحافة العراقية الفنون الصحفية المكلف في الكتابة بها في جريدته وهي كما يأتي:

الجدول رقم (3-أ)

يوضح (الفنون الصحفية التي يكتب بها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية لرسائله الاتصالية في الجريدة).

الفنون الصحفية التي يكتب بها القائم بالاتصال	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
التحقيق الصحفي	14	25.5	2	8	40	1	22	29.3	1
الفنون الصحفية جميعها	19	34.6	1	-			19	25.3	2
المقال والعمود الصحفي	7	12.7	4	8	40	1	15	20	3
الخبر الصحفي	8	14.6	3	4	20	2	12	16	4
التقرير الصحفي	5	9.1	5	-	-	-	5	6.7	5
الحديث الصحفي	2	3.6	6	-	-	-	2	2.7	6
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

جاء تكليف القائم بالاتصال في الصحافة العراقية في الكتابه بالفنون الصحفية مقسم على ستة مراتب وكما يأتي:

- المرتبة الأولى كانت للكتابة في فن (التحقيق الصحفي) لعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (29.3%) وتكرار (22) ولجريدة التآخي بنسبة (40%) وتكرار (8) وكذلك جاءت في المرتبة نفسها لفن (المقال والعمود الصحفي)، اما في جريدة الصباح فكانت للكتابة في (الفنون جميعها) بنسبة (34.6%) وتكرار (19).
- المرتبة الثانية كانت للكتابة في (الفنون جميعها) لعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (25.3%) وتكرار (19) ولجريدة الصباح (التحقيق الصحفي) بنسبة

(25.5%) وتكـرار (14) امـا هـذه المرتبـة فكانـت في جريـدة التـآخي لفـن (الخـبر الصحفي) بنسبة (20%) وتكرار (4).

- المرتبة الثالثة جـاءت لفـن (المقـال والعمـود) لعمـوم القـائم بالاتصـال في الصـحافة العراقية بنسبة (20%) وتكرار (15) ولجريدة الصباح لفن (الخـبر الصـحفي) بنسـبة (14.6%) وتكرار (8).
- المرتبة الرابعة جاءت لفـن (الخـبر الصـحفي) لعمـوم القـائم بالاتصـال في الصـحافة العراقية بنسبة (16%) وتكرار (12) اما بالنسبة لجريدة الصباح فكانت لفن (المقال والعمود الصحفي) بنسبة (12.7%) وتكرار (7).
- المرتبة الخامسة جاءت لفن (التقرير الصحفي) لعموم القائم بالاتصـال في الصـحافة العراقية بنسبة (6.7%) وتكرار (5) ولجريدة الصباح بنسبة (9.1%) وتكرار (5).
- المرتبة السادسة جاءت لفـن (الحـديث الصـحفي) لعمـوم القـائم بالاتصـال بنسـبة (2.7%) وتكرار (2) ولجريدة الصباح بنسبة (3.6%) وتكرار (1).

تلاحظ المؤلفة ان (الحديث الصحفي) جاء بالمرتبة الاخيرة في الكتابة في جريدة الصباح وخلت الكتابة منه في جريدة التـآخي، وجـاءت الكتابـة في (فـن التحقيـق الصـحفي) بالمرتبـة الأولى أو الثانية للجريدتين وهـذا عكـس الواقـع لانـه لا توجـد جريـدة تخلـو مـن الاحاديـث الصحفية بل تأتي بالمراتب الأولى، وعن طريق تخصصي العلمي وخـبرتي الصـحفية فـإن القـائم بالاتصال في الصحافة العراقية يسمى (الحديث الصحفي) بـ(التحقيق الصحفي) واحيانا لا يميز بين (التحقيق الصحفي) و(الحديث الصحفي) علميا وفنيا.

ثانيا: الفنون الصحفية التي يرغب القائم بالاتصال في الصحافة العراقية الكتابة بها في الجريدة.

جاءت رغبات القائم بالاتصال في الصحافة العراقية للكتابة بالفنون الصحفية في الجرائد التي يعملون بها وكما يأتي في الجدول رقم (3-ب).

الجدول رقم (3-ب)

يوضح (الفنون الصحفية التي يرغب القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية الكتابة بها في الجريدة).

الفنون التي يرغب القائم بالاتصال الكتابة بها	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
الفنون الصحفية جميعها	19	34.6	1	-	-	-	19	25.3	1
التحقيق الصحفي	14	25.5	2	4	20	3	18	24	2
المقال والعمود الصحفي	7	12.7	4	8	40	1	15	20	3
الخبر الصحفي	8	14.6	3	6	30	2	14	18.7	4
التقرير الصحفي	5	9.1	5	1	5	4	6	8	5
الحديث الصحفي	2	3.6	6	1	5	4	3	4	6
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

تحددت رغبات القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بالكتابة بالفنون الصحفية وكما جاءت في الجدول رقم (3- ب) ستة مراتب وكما يأتي:

- المرتبة الأولى جاءت للكتابة في (الفنون الصحفية جميعها) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (25.3%) وتكرار (19) ولجريدة الصباح بنسبة (34.6%) وتكرار (19)، اما لجريدة التآخي فكانت هذه المرتبة للكتابة بفن (المقال والعمود الصحفي) بنسبة (40%) وتكرار (8).
- المرتبة الثانية جاءت للكتابة في (فن التحقيق الصحفي) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (24%) وتكرار (18) ولجريدة الصباح بنسبة (25.5%) وتكرار (14)، اما لجريدة التآخي فجاءت هذه المرتبة للكتابة في (فن الخبر الصحفي) بنسبة (30%) وتكرار (6).
- المرتبة الثالثة جاءت للكتابة في (فن المقال والعمود الصحفي) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (20%) وتكرار (15) ولجريدة الصباح لفن (الخبر الصحفي)

بنسبة (14.6%) وتكرار (8) ولجريدة التآخي كانت لفن (التحقيق الصحفي) بنسبة (20%) وتكرار (4).

- المرتبة الرابعة جاءت للكتابة في (فن الخبر الصحفي) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (18.7%) وتكرار (14) ولجريدة الصباح لـ(فن المقال والعمود الصحفي) بنسبة (12.7%) وتكرار (7) ولجريدة التآخي كانت لفن (التقرير الصحفي) و(الحديث الصحفي) بنسبة (5%) وتكرار (1) لكليهما.
- المرتبة الخامسة جاءت للكتابة في (فن التقرير الصحفي) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (8%) وتكرار (6) ولجريدة الصباح بنسبة (9.1%) وتكرار (5).
- المرتبة السادسة جاءت للكتابة في (فن الحديث الصحفي) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (4%) وتكرار (3) ولجريدة الصباح بنسبة (3.6%) وتكرار (2).

وترى المؤلفة عن طريق معطيات الاستبانة لهذا الجدول الملاحظة نفسها التي وردت في تقويم معطيات الإجابة عن القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في الجدول السابق الرقم (2-ب) ويلاحظ أيضاً أن ترتيب مراتب رغبات الكتابة في الفنون الصحفية لا يختلف الا بالجزء البسيط عنه عما مكلف به في الكتابة بالجريدة.

ثالثا: الاعتبارات الأكثر أهمية في صياغة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية للرسالة الاتصالية

أتت الاعتبارات الأكثر أهمية في صياغة الرسالة الاتصالية بنظر القائم بالاتصال في الصحافة العراقية موزعة على ستة مراتب موضحة في الجدول رقم (3-ج).

الجدول رقم (3-ج)

يوضح (الاعتبارات الأكثر أهمية في صياغة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية للرسالة الاتصالية).

الاعتبارات المهمة عند صياغة الرسالة الاتصالية	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
أخلاقيات المهنة	26	47.3	1	8	40	1	34	45.3	1
السياسة الإعلامية	12	21.8	2	8	40	1	20	26.7	2
مصدر الخبر للجريدة	8	14.6	3	-	-	-	8	10.7	3
حب الشهرة	4	7.3	4	2	10	2	6	8	4
مستوى القراء الذين يطلعون على الجريدة	3	5.5	5	2	10	2	5	6.7	5
تأثير زملاء العمل	2	3.6	6	-	-	-	2	2.7	6
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

توزعت مراتب الاعتبارات الأكثر أهمية في صياغة الرسالة الاتصالية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية حسب الجدول رقم (3-ج) كما يأتي:

- المرتبة الأولى لاعتبار (أخلاقيات المهنة) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (45.3%) تكرار (34) ولجريدة الصباح بنسبة (47.3%) وتكرار (26)، ولجريدة التآخي للاعتبار نفسه ولاعتبار (السياسة الإعلامية في الجريدة) بنسبة (40%) وتكرار (8) لكليهما.
- المرتبة الثانية لاعتبار (السياسة الإعلامية في الجريدة) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (26.7%) وتكرار (20) ولجريدة الصباح بنسبة (21.8%) وتكرار (12) اما في جريدة التآخي جاءت لاعتباري (حب الشهرة) و(مستوى القراء الذين يطلعون على الجريدة) بنسبة (10%) وتكرار (2) لكليهما.
- المرتبة الثالثة جاءت لاعتبار (مصدر الخبر للجريدة) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (10.7%) وتكرار (8) ولجريدة الصباح بنسبة (14.6%) وتكرار (8).

- المرتبة الرابعة جاءت لاعتبار (حب الشـهرة) للقـائم بالاتصـال في الصحافة العراقيـة بنسبة (8%) وتكرار (6) ولجريدة الصباح بنسبة (7.3%) وتكرار (4).
- المرتبة الخامسة جاءت لاعتبار (مستوى القراء الذين يطلعون على الجريـدة) للقـائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (16.7%) تكـرار (5) ولجريـدة الصـباح بنسـبة (5.5%) وتكرار (3).
- المرتبة السادسة جاءت لاعتبـار (تـأثير زمـلاء العمـل) للقـائم بالاتصـال في الصـحافة العراقية بنسبة (2.7%) وتكرار (2) ولجريدة الصباح بنسبة (3.6%) وتكرار (2).

رابعا: هل تنشر الرسالة الاتصالية للقائم بالاتصال في الجريدة كما هي في الصحافة العراقية

كان الجواب عن هذا التساؤل للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية كما يأتي في الجدول رقم (4-د).

الجدول رقم (3-د)

يوضح (هل تنشر الرسالة الاتصالية للقائمين بالاتصال في الجريدة كما هي في الصحافة العراقية).

هل تنشر الرسالة الاتصالية كما هي	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
نعم	36	65.5	1	16	80	1	52	69.3	1
لا	19	34.6	2	4	20	2	23	30.7	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

كانت الإجابة (بنعم) أو (لا) بالنسبة للقائم بالاتصال في الصـحافة العراقيـة حـول نشر الرسالة الاتصالية كما هي في الجريدة مفصلة كما يأتي:

- المرتبة الأولى كانت للإجابة بـ(نعـم) للقـائم بالاتصـال في الصـحافة العراقيـة بنسـبة (69.3%) وتكـرار (52) ولجريـدة الصـباح بنسـبة (65.5%) وتكـرار (36) ولجريـدة التآخي بنسبة (80%) وتكرار (16).
- المرتبة الثانية كانـت للإجابـة بــ(لا) للقـائم بالاتصـال في الصـحافة العراقيـة بنسـبة (30.7%) وتكـرار (23) ولجريـدة الصـباح بنسـبة (34.6%) وتكـرار (19) ولجريـدة التآخي بنسبة (20%) وتكرار (4).

- كانت الإجابة عالية بـ(لا) بالنسبة للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية على الرغم من ورودها في المرتبة الثانية وهذا يعني ان نسبة التدخل في صياغة الرسالة الاتصالية كبيرة في الصحافة العراقية.

خامسا: أسباب عدم نشر الرسائل الاتصالية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية كما هي في الجريدة.

كانت هناك خمسة أسباب بثلاث مراتب للإجابة بعدم نشر الرسائل الاتصالية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية والتي وردت بنسبة (30.7%) وتكرار (23) في الجدول السابق رقم (3-د) وسنوضح هذه الأسباب في الجدول الاتي رقم (3-د-1).

الجدول رقم (3-د-1)

يوضح (أسباب عدم نشر الرسائل الاتصالية للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية كما هي في الجريدة).

أسباب عدم نشر الرسالة الاتصالية كما هي	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
المداولة مع رئيس القسم وابداء وجهة نظره في التعبير	6	31.6	1	-	-		6	26.1	1
وضع العناوين المثيرة والمناسبة للحدث	5	26.3	2	-	-		5	21.7	2
توجه رئيس التحرير والخوف على موقعه	4	21.1	3	-	-		4	17.4	3
استغلال رؤساء الأقسام سلطتهم الإدارية	4	21.1	3	-	-		4	17.4	3
عدم تطابق أو مواكبة الموضوع مع سياسة الجريدة	-	-	-	4	100	1	4	17.4	3
الكلي	19	100	-	4	100		23	100	-

جاءت الأسباب بعدم نشر الرسائل الاتصالية في الصحافة العراقية كما هي في الجريدة عن طريق الجدول (3-د- 1) مبنية على ثلاث مراتب وهي كما يأتي:

- المرتبة الأولى كانت بسبب (المداولة مع رئيس القسم وإبداء وجهة نظره في التغيير) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (26.1%) وتكرار (6) ولجريدة الصباح

بنسبة (31.6%) وتكرار (6). وفي جريدة التآخي لسبب (عدم تطابق او مواكبة الموضوع مع سياسة الجريدة) بنسبة (100%) وتكرار (4).

- المرتبة الثانية كانت بسبب (وضع العناوين المثيرة والمناسبة للحدث) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (21.7%) وتكرار (5) ولجريدة الصباح بنسبة (26.3%) وتكرار (5).
- المرتبة الثالثة كانت بسببي (توجس رئيس التحرير والخوف على موقعه) و(استغلال رؤساء الأقسام سلطتهم الإدارية) في جريدة الصباح بنسبة (21.1%) وتكرار (4) لكليهما ولعموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية كانت فضلا عن السببين الواردين سابقا لسبب (عدم تطابق أو مواكبة الموضوع مع سياسة الجريدة) بنسبة (17.4%) وتكرار (4) لكل منهم.

سادسا: هل يتأثر القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية بتوجيهات رؤسائهم عند صياغتهم للرسالة الاتصالية.

كان الجواب عن هذا التساؤل من قبل القائم بالاتصال في الصحافة العراقية كما يأتي موضحا في الجدول رقم (3-هـ).

الجدول رقم (3-هـ)

يوضح (هل يتأثر القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية بتوجيهات رؤسائهم عند صياغتهم للرسالة الاتصالية).

التأثر بتوجيهات الرؤساء عند صياغة الرسالة	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
نعم	47	85.5	1	10	50	1	57	76	1
لا	8	14.6	2	10	50	1	18	24	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

يوضح الجدول رقم (3-هـ) الإجابة بـ(نعم) أو (لا) حول مدى تأثر للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بتوجيهات رؤسائه عند صياغته للرسالة الاتصالية وكما يأتي:

- المرتبة الأولى كانت للإجابة بـ(نعم) للتأثر بالتوجيهات للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (76%) وتكرار (57) في جريدة الصباح كانت بنسبة (85.5%) وتكرار (47) ولجريدة التآخي كانت بنسبة (50%) وتكرار (10).
- المرتبة الثانية كانت للإجابة بـ(لا) للتأثر بالتوجيهات للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (24%) وتكرار (18) كانت في جريدة الصباح بنسبة (14.6%) وتكرار (8) وفي جريدة التآخي كانت بنسبة (50%) وتكرار (10).

توضح معطيات الجدول رقم (3-هـ) أن هناك عدداً غير كبير من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية يتحدد بنسبة (24%) لا يتأثرون بتوجيهات رؤسائهم وان هناك نسبة كبيرة منهم يتأثرون بتوجيهات رؤسائهم.

سابعا: المصادر التي يستقي القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية معلوماتهم منها

للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية مصادر معلومات متعددة ومتنوعة يستمد منها معلوماته والتي يصيغ بها رسائله الاتصالية لنشرها في الجرائد العراقية وحسب معطيات الاستبانة سنوضحها بالجدول الاتي رقم (3-و) وهي:

الجدول رقم (3-و)

يوضح (المصادر التي يستقي القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية معلوماتهم منها).

المصادر	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
الانترنيت	24	43.6	1	9	45	1	33	44	1
الكتب	18	32.7	2	2	10	3	20	26.7	2
المقابلات الشخصية	8	14.6	3	6	30	2	14	18.7	3
المطبوعات الأجنبية	2	3.6	4	-	-	-	2	2.7	4
القنوات الفضائية	1	1.8	5	1	5	4	2	2.7	4
الجرائد والمجلات العراقية	1	1.8	5	1	5	4	2	2.7	4
الجرائد والمجلات العربية	-	-	-	1	5	4	1	1.3	5
وكالات الأنباء	1	1.8	5	-	-	-	1	1.3	5
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

في الجدول رقم (3-و) يتضح لنا أولويات اهتمامات القائم بالاتصال في الصحافة العراقية باستقاء معلوماته وصياغة رسائله الاتصالية والتي تحدت بخمس مراتب وثمانية مصادر وهي كما يأتي:

- المرتبة الأولى للمعلومات الواردة في (الانترنيت) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (44%) وتكرار (33) ففي جريدة الصباح كانت بنسبة (43.6%) وتكرار (24) اما في جريدة التآخي كانت بنسبة (45%) وتكرار (9).
- المرتبة الثانية كانت للمعلومات الواردة من (الكتب) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (26.7%) وتكرار (20)، ففي جريدة الصباح بنسبة (32.7%) وتكرار (18)، اما في جريدة التآخي فكانت للمعلومات الواردة من (المقابلات الشخصية) بنسبة (30%) وتكرار (6).
- المرتبة الثالثة كانت للمعلومات الواردة من (المقابلات الصحفية) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (18.7%) وتكرار (14) ففي جريدة الصباح كانت بنسبة (14.6%) وتكرار (8) اما في جريدة التآخي فكانت للمعلومات الواردة من (الكتب) بنسبة (10%) وتكرار (2).
- المرتبة الرابعة كانت للمعلومات الواردة من (المطبوعات الأجنبية) و(القنوات الفضائية) و(الجرائد والمجلات العراقية) بنسبة (2.7%) وتكرار (2) لكل منها وقد جاءت في جريدة الصباح للمعلومات الواردة من (المطبوعات الأجنبية) بنسبة (3.6%) وتكرار (2)، وكانت في جريدة التآخي للمعلومات الواردة من (الفنون الفضائية) و(الجرائد والمجلات العراقية) و(الجرائد والمجلات العربية) بنسبة (5%) وتكرار (1) لكل منها.
- المرتبة الخامسة كانت للمعلومات الواردة من (الجرائد والمجلات العربية) و(وكالات الأنباء) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (1.3%) وتكرار (1) لكل منهما، وفي جريدة الصباح للمعلومات الواردة من (وكالات الأنباء) فقط بنسبة (1.8%) وتكرار (1)، وفي جريدة التآخي للمعلومات الواردة من (الجرائد والمجلات العربية) فقط بنسبة (5%) وتكرار (1).

ويلاحظ في هذا الجدول أن (الانترنيت) قد تتصدر المعلومات التي يستقي القائم بالاتصال معلوماته منه لاستسهال الحصول على المعلومات الجاهزة بدون عناء أو جهد.

المبحث الرابع

إعداد وتأهيل القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية ومدى مواكبتهم وإفادتهم من التطورات التكنولوجية.

أولاً: أهمية التدريب الإعلامي الأكاديمي للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية.

سنتعرف على ضرورة التدريب الإعلامي الأكاديمي للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية وهل هو (مهم أم لا) من معطيات الجدول رقم (4-أ) الآتي بيانه:

الجدول رقم (4-أ)

يوضح (أهمية التدريب الإعلامي الأكاديمي للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية).

ضرورة التدريب الإعلامي الأكاديمي	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
نعم	43	78.2	1	18	90	1	61	81.3	1
لا	12	21.8	2	2	10	2	14	18.7	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

اختلفت رؤى القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية حول أهمية التدريب الإعلامي الأكاديمي فمنهم من أجاب (نعم) لذلك ومنهم من أجاب بالنفي كما يأتي:

- أجاب القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية بـ(نعم) للأهمية بنسبة (81.3%) وتكرار (61) وكانت منها نسبة (78.2%) وتكرار (43) لجريدة الصباح، ونسبة (90%) وتكرار (18) لجريدة التآخي.
- أجاب القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية بـ(لا) للأهمية بنسبة (18.7%) وتكرار (14) اما في جريدة الصباح فكانت النسبة (21.8%) وتكرار (12)، وفي جريدة التآخي بنسبة (10%) وتكرار (2).

تستدل المؤلفة من هذه الأجوبة على أن نسبة لا يستهان بها ترفض التطوير أو التدريب ولا ترى أهمية لذلك في تطوير المهارات الصحفية لدى القائمين بالاتصال وهذا يمثل رؤية قاصرة يحتم على القيادات الصحفية التثقيف ضدها واحلال قناعات بديلة مكانها ترى من التدريب أساس للتطوير والارتقاء بالاداء في كل الميادين

ثانيا: هل من الضروري على القائم بالاتصال في الصحافة العراقية المشاركة في دورات تطويرية في المجالات المرتبطة بالإعلام

تأتي إجابات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية حول ضرورة المشاركة في دورات في المجالات المرتبطة بالإعلام كالاجتماع وعلم النفس والاقتصاد والقانون واللغة والسياسة والحاسوب.. الخ) بـ(نعم أو لا) موضحة في الجدول رقم (4-3) كما يأتي:

الجدول رقم (4-ب)

يوضح (هل من الضروري على القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية المشاركة في دورات تطويرية في المجالات المرتبطة بالإعلام).

ضرورة الاشتراك في الدورات	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
نعم	48	87.3	1	20	100	1	68	90.7	1
لا	7	12.7	2	-	-	-	7	9.3	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

أفاد القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية باجاباتهم بـ(نعم) أو (لا) حول ضرورة المشاركة في دورات تطويرية للعلوم التي لها علاقة بالإعلام كالاجتماع وعلم النفس والاقتصاد والقانون واللغة والسياسة والحاسوب... الخ) فكانت الأجوبة كما يأتي:

- أجاب القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية حول (ضرورة المشاركة في الدورات التطويرية بـ(نعم) بنسبة (90.7%) وتكرار (68)، ففي جريدة الصباح كانت النسبة (87.3%) وتكرار (48)، وجريدة التآخي بنسبة (100%) وتكرار (20).
- اما الذين أجابوا بـ(لا) من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية حول عدم أهمية هذه الدورات التطويرية بنسبة (9.3%) وتكرار (7)، وكانت في جريدة الصباح فقط بنسبة (12.7%) وتكرار (7).

وكان من المفترض ان نرى نسبة (100%) يرون أهمية وضرورة الدورات والمشاركة فيها عند القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية ولابد هنا من وقفة لإقناع الرافضين بضرورة المشاركة في تعلم العلوم الأُخرى التي لها علاقة بالإعلام.

ثالثا: هل شارك القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية في دروات تدريبية إعلامية.

برزت نسبة المشاركة في الدورات التدريبية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية عن طريق الإجابة بـ(نعم أو لا) والتي سيأتي نسب تفصيلها في الجدول رقم (4-ج) وهي:

جدول رقم (4- ج)

يوضح (هل شارك القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية في دروات تدريبية إعلامية)

حجم المشاركات في الدورات الإعلامية	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
نعم	34	61.8	1	8	40	2	42	56	1
لا	21	38.2	2	12	60	1	33	44	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

وضح الجدول (4- ج) عن طريق إجابات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية هل أنهم شاركوا في دورات تدريبية إعلامية ام لا وكما يأتي:

- أجاب القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية بـ(نعم) حول مشاركتهم في الدورات التدريبية الإعلامية بنسبة (56%) وتكرار (42). وفي جريدة الصباح كانت نسبتهم (61.8%) وتكرار (34) وفي جريدة التآخي بنسبة (40%) وتكرار (8).
- اما الذين أجابوا بـ(لا) من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية كانوا بنسبة (44%) وتكرار (33) في جريدة الصباح كانت نسبتهم (38.2%) وتكرار (21). وفي جريدة التآخي بنسبة (60%) وتكرار (12).

تدلل معطيات هذا الجدول أنّ حجم المشاركة في الدورات التدريبية الإعلامية ضعيف عند القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية وتتفاوت نسبهم بالصعود من جريدة إلى أُخرى، إذ يجب ان يشارك الجميع في هذه الدورات وان لاتقل مشاركة الصحفي مهما كان منصبه عن دورة في السنة على اقل تقدير كما هو الحال في الدول المتقدمة.

رابعا: مكان مشاركات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في الدورات الإعلامية.

أفرزت إجابات المبحوثين حسب الجدول رقم (4-ج) أنّ نسبة المشاركين في الدورات التدريبية (56%) وبتكرار (42) وعن مكان مشاركتهم في الدورات الإعلامية أجابوا بما يأتي: انظر الجدول رقم (4- ج-1)

الجدول رقم (4-ج-1)

يوضح (مكان مشاركات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في الدورات الإعلامية)

موقع المشاركات الإعلامية	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
داخل العراق	22	64.7	1	8	100	1	30	71.4	1
في الدول العربية	8	23.5	2	-	-		8	19	2
في الدول الأجنبية	4	11.8	3	-	-		4	9.5	3
الكلي	34	100	-	-	100	-	42	100	-

أفرزت إجابات المبحوثين حسب الجدول رقم (4-ج-1) ثلاثة اماكن شارك فيها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية بالدورات الإعلامية وهي كما يأتي بالترتيب:

- المرتبة الأولى كانت لمشاركات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في (داخل العراق) بنسبة (71.4%) وتكرار (30)، ففي جريدة الصباح كانت بنسبة (64.7%) وتكرار (22) اما جريدة التآخي فكانت مشاركتهم فيه (100%) وتكرار (8).
- المرتبة الثانية كانت لمشاركات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في (الدول العربية) بنسبة (19%) وتكرار (8)، وفي جريدة الصباح فقط بنسبة (23.5%) وتكرار (8).
- المرتبة الثالثة كانت لمشاركات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في (الدول الأجنبية) بنسبة (9.5%) وتكرار (4)، وفي جريدة الصباح فقط بنسبة (11.8%) وتكرار (4).

وهذا التوزيع لمشاركات القائم بالاتصال في الصحافة العراقية يعني أنّ هناك فرصة المشاركة خارج العراق متوافرة وجيدة ولكن المؤلفة لاحظت أنّ فرصة المشاركة اقتصرت عل البعض دون الآخر لاسيما (خارج العراق) إذ لم يحظ القائمون بالاتصال في جريدة التآخي على آية فرصة للتدريب (خارج العراق).

خامسا: مجالات تدريب القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في الدورات التدريبية التي شاركوا فيها.

توزعت مجالات تدريب القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية على مجالات عدة بالنسبة للذين شاركوا في الدورات الإعلامية المبينة اماكنها في الجدول رقم (4-ج-1) ويأتي بيان هذه المجالات في الجدول (4-ج-2) وهي:

الجدول رقم (4-ج-2)

يوضح (مجالات تدريب القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية في الدورات التدريبية التي شاركوا فيها).

مجالات التدريب في الدورات	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
الفنون الصحفية	14	41.2	1	3	37.5	1	17	4.5	1
السلامة المهنية	5	14.7	2	1	12.5	2	6	14.3	2
الانترنيت	3	8.8	3	1	12.5	2	4	9.5	3
تطوير اللغة العربية	3	8.8	3	-	-	-	3	7.1	4
تطـــــوير اللغـــــة الانكليزية	2	5.9	4	1	12.5	2	3	7.1	4
العلاقات العامة	2	5.9	4	1	12.5	2	3	7.1	4
الحاسوب	2	5.9	4	1	12.5	2	3	7.1	4
حقوق الإنسان	2	5.9	4	-	-	-	2	4.8	5
تغطية الانتخابات	1	2.9	5	-	-	-	1	2.4	6
الكلي	34	100	-	8	100	-	42	100	-

توزعت مجالات تدريب القائم بالاتصال في الصحافة العراقية في الدورات التي شارك فيها إلى تسع مجالات موزعة على ست مراتب وهي كما يأتي:

- المرتبة الأولى كانت لـ(الفنون الصحفية) بنسبة (40.5%) وتكرار (17) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية، ففي جريدة الصباح كانت بنسبة (41.2%) وتكرار (14)، وفي جريدة التآخي بنسبة (37.5%) وتكرار (3).
- المرتبة الثانية كانت لـ(السلامة المهنية) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (14.3%) وتكرار (6) وكانت في الصباح بنسبة (14.7%) وتكرار (5) وجريدة التآخي

بنسبة (12.5%) وتكرار (1). وقد جاءت جميع مجالات التدريب الأُخرى الـواردة في الجدول (4-ج-2) في جريدة التآخي بالمرتبة نفسها.

- المرتبة الثالثة كانت لمجال (الانترنيت) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقيـة بنسـبة (9.5%) وتكرار (4) وفي جريدة الصباح فقط بنسبة (8.8%) وتكرار (3) وجـاء فيهـا مجال (تطوير اللغة العربية) بالمرتبة نفسها.
- المرتبة الرابعة كانت لمجـالات (تطـوير اللغـة العربيـة) و(تطـوير اللغـة الانكليزيـة) و(العلاقـات العامـة) و(الحاسـوب) للقـائم بالاتصـال في الصـحافة العراقيـة بنسـبة (7.1%) وتكرار (3) لكل منها، ولجريدة الصباح كانت المرتبة لمجالات (تطوير اللغـة الانكليزية) و(العلاقـات المهنيـة) و(الحاسـوب) و(حقـوق الإنسـان) بنسـبة (5.9%) وتكرار (2).
- المرتبة الخامسة كانت لمجال (حقوق الإنسان) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقيـة بنسبة (4.8%) وتكرار (2) اما جريدة الصـباح جـاء بالمرتبـة نفسـها مجـال (تغطيـة الانتخابات) بنسبة (2.9%) وتكرار (1).
- المرتبة السادسـة كانـت لمجـال (تغطيـة الانتخابـات) للقـائم بالاتصـال في الصـحافة العراقية بنسبة (2.4%) وتكرار (1).

تلاحظ المؤلفة ان فرصة المشاركة في هذه الدورات لا تعبر عن حاجـة القـائم بالاتصـال في الصحافة العراقية بشكل مدروس، على الرغم من ان مجال (الفنون الصحفية) جاء بالمرتبـة الأولى لكننا نرى مجال (تغطية الانتخابات) جاء بالمرتبة الأخيرة على ان الحاجة إلى هذا المجال يجب أن تأتي بالمراتب المتقدمة لاهتمامات القائم بالاتصال في الصحافة العراقية.

وهناك ملاحظة مهمة أدلى القائمون بالاتصال بها إجاباتهم مع معرض الإجابة عن نـوع الدورات بأنهم تلقوا معلومات مشتركة معها في حقوق الإنسـان والسـلامة المهنيـة، والعلاقـات العامة في اغلب الدورات.

سادسا: هل يجيد القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية استخدام الحاسوب.

كانت معطيات الاستبانة حول أجادة استعمال الحاسوب من قبل القائم بالاتصال في الصحافة العراقية من عدمها كما يأتي انظر الجدول رقم (4-د).

الجدول رقم (4- د)

يوضح (هل يجيد القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية استخدام الحاسوب).

إجادة استخدام الحاسوب والانترنيت	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
نعم	51	92.7	1	12	60	1	63	84	1
لا	4	3.3	2	8	40	2	12	16	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

- كانت إجابات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية عن اجادتهم استخدام الحاسوب (نعم) بنسبة (84%) وتكرار (63)، وجاء في جريدة الصباح بنسبة (92.7%) وتكرار (51). وفي جريدة التآخي بنسبة (60%) وتكرار (12).
- اما الذين أجابوا بـ(لا) من عموم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية كانوا بنسبة (16%) وتكرار (12) ففي جريدة الصباح كانوا بنسبة (7.3%) وتكرار (4) وفي جريدة التآخي بنسبة (40%) وتكرار (8).

وترى المؤلفة أن هناك تفاوتاً في معرفة استخدام الحاسوب من جريدة وأُخرى وكذلك في الجريدة نفسها. وهذا يستدعي تكثيف الدورات التأهيلية الخاصة بالحاسوب لما له من أهمية كبيرة في العمل الصحفي بالتحديد ولمواكبة التطور الحاصل في ميدان الإعلام حالياً

سابعا: هل يستخدم القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية الحاسوب ويسخرونه لتطوير مهاراتهم الاتصالية.

يبين الجدول رقم (4-هـ) بنعم أو لا عن موقف القائم بالاتصال في الصحافة العراقية من انهم يستخدمون الحاسوب لتطوير مهاراته الاتصالية وكما يأتي:

جدول رقم (4- هـ)

يوضح هل يستخدم القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية الحاسوب ويسخرونه لتطوير مهاراتهم الاتصالية.

استخدام الحاسوب لتطوير المهارات	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
نعم	43	78.2	1	8	40	2	51	68	1
لا	12	21.8	2	12	60	1	24	32	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

- كانت إجابات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية ممن يستخدمون الحاسوب لتطوير مهاراتهم الاتصالية حسب الجدول رقم (4-هـ) بنسبة (68%) وتكرار (51) منهم في جريدة الصباح بنسبة (78.2%) وتكرار 43) وفي جريدة التآخي بنسبة (40%) وتكرار (60).
- اما الذين لا يستخدمون الحاسوب من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية فكانت نسبتهم (32%) وتكرار (24)، ففي جريدة الصباح كانت نسبتهم (21.8%) وتكرار (12)، وفي جريدة التآخي بنسبة (60%) وتكرار (12).

وتلاحظ المؤلفة عن طريق تفحصها معطيات الاستبانة ان هناك نسبة من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية يجيدون استخدام الحاسوب (انظر الجدول رقم (4-د)) ولكنهم لا يستخدمونه لتطوير مهاراتهم الاتصالية.

ثامنا: مجالات استخدام القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية للأجهزة الالكترونية

تعددت مجالات استخدام القائم بالاتصال في الصحافة العراقية للأجهزة الالكترونية من الذين يجيدون استخدامها والتي يأتي بيانها فيما يأتي: انظر الجدول (4-و).

الجدول رقم (4-و)

يوضح (مجالات استخدام القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية للأجهزة الالكترونية).

مجال استخدام القائم بالاتصال للأجهزة الالكترونية	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
الطباعة	22	40	1	2	10	2	24	32	1
لا استخدم	12	21.8	3	12	60	1	24	32	1
المراسلة والاتصال بمصدر المعلومات	15	27.3	2	2	10	2	17	22.7	2
التحرير والنشر والاخراج الصحفي	4	7.3	4	2	10	2	6	8	3
التصميم والتنفيذ	2	3.6	5	2	10	2	4	5.3	4
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

توزعت مجالات استخدام الأجهزة الالكترونية من قبل القائم بالاتصال في الصحافة العراقية على خمس مجالات ولأربع مراتب كما جاءت في الجدول رقم (4-و) وهي:

- المرتبة الأولى كانت لمجالي الاستخدام في (الطباعة) و(عدم الاستخدام أطلاقا) عند القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (32%) وتكرار (24) لكل منهما اما المرتبة نفسها فكانت الاستخدام في (الطباعة) لجريدة الصباح فقط بنسبة (40%) وتكرار (22) وجاءت المرتبة نفسها في جريدة التآخي لـ(عدم الاستخدام) بنسبة (60%) وتكرار (12).
- المرتبة الثانية كانت لمجال (المراسلة والاتصال بمصدر المعلومات) عند القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (22.7%) وتكرار (17)، وكانت في جريدة الصباح بنسبة (27.3%) وتكرار (15)، وكانت المرتبة نفسها في جريدة التآخي لمجال (الطباعة) بنسبة (10%) وتكرار (2). وكذلك جاءت المجالات (المراسلة والاتصال بمصدر المعلومات) و(التحرير والنشر) و(التصميم والتنفيذ) بالمرتبة نفسها فيها.

- المرتبة الثالثة كانت لمجال (التحرير والنشر) عند عموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (8%) وتكرار (6)، وعند جريدة الصباح جاء في المرتبة نفسها القائمون بالاتصال فيها ممن لا يستخدمون الأجهزة الالكترونية.
- المرتبة الرابعة كانت لمجال (التصميم والتنفيذ) عند القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (5.3%) وتكرار (4) وفي جريدة الصباح لمجال (التحرير والنشر) بنسبة (7.3%) وتكرار (4).
- المرتبة الخامسة انفردت فيها جريدة الصباح لمجال (التصميم والتنفيذ) بنسبة (3.6%) وتكرار (2).

وتلاحظ المؤلفة أن هناك تفاوتا كبيرا في نوع الاستخدام مع نسبة كبيرة من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية لا يستخدمون الاجهزة الالكترونية في مجالات عملهم الصحفية.

ولا بد من التنويه في هذا المجال أن المؤلفة لاحظت عند تفريغ معطيات الاستبانة في هذا الموضوع وجدت أن ما ذكرناه يمثل الاستخدام الرئيس عندهم ولديهم استخدامات ثانوية للمجالات الأُخرى أي ان بعضهم يستخدمون الاجهزة الالكترونية في مجالات عدة فضلا عن المجال المؤشر في الجدول رقم (4-و).

تاسعا: هل يجيد القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية تصفح الانترنيت.

يبين الجدول رقم (4-ز) اجادة القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية تصفح الانترنيت من عدمه موضحا كما يأتي:

الجدول رقم (4-ز)

يوضح (هل يجيد القائم بالاتصال في الصحافة العراقية تصفح الانترنيت).

إجادة تصفح الانترنيت	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
نعم	42	76.4	1	12	60	1	54	72	1
لا	13	23.6	2	8	40	2	21	28	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

- كانت إجابة القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية حول إجادتهم تصفح الانترنيت بـ(نعم) بنسبة (72%) وتكرار (54)، ففي جريدة الصباح كانت بنسبة (76.4%) وتكرار (42) وفي جريدة التآخي بنسبة (60%) وتكرار (12).

- اما الذين أجابوا بـ(لا) من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية كانوا بنسبة (28%) وتكرار (21) ففي جريدة الصباح كانوا بنسبة (23.6%) وتكرار (13) وفي جريدة التآخي كانوا بنسبة (40%) وتكرار (8).

وعلى الرغم من تفاوت القدرات في تصفح الانترنيت من قبل القائم بالاتصال في الصحافة العراقية نرى ان هناك عدداً لا بأس به ممن يحتاجون لتعلم التصفح في الانترنيت واستخدامه.

عاشرا: شعور القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية ان تصفحه للانترنيت طور مهاراتهم الاتصالية.

يبين الجدول رقم (4- ح) شعور القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بتطور مهاراته الاتصالية من عدمها وكما يأتي:

الجدول رقم (4-ح)

يوضح شعور القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية ان تصفحهم للانترنيت طور مهاراتهم الاتصالية

التصفح وتطوير المهارات الاتصالية للقائم بالاتصال	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
نعم	36	65.5	1	9	45	2	45	60	1
لا	19	34.6	2	11	55	1	30	40	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

- أجاب القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية بـ(نعم) لتطوير مهاراتهم الاتصالية بسبب تصفحهم للانترنيت بنسبة (60%) وتكرار (45)، وفي جريدة الصباح بنسبة (65.5%) وتكرار (36)، وقد جاءت إجابة القائمين بالاتصال في المرتبة الأولى بـ(لا) نسبة (55%) وتكرار (11).
- اما القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية الذين أجابوا بـ(لا) فكانوا بنسبة (40%) وتكرار (30) وفي جريدة الصباح بنسبة (34.6%) وتكرار (19) وقد جاءت المرتبة الثانية في جريدة التآخي للذين أجابوا بـ(نعم) بنسبة (45%) وتكرار (9).

حادي عشر: هل يواكب القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية التطورات التقنية في العالم التي تطرأ على العمل الصحفي.

سيبين الجدول رقم (4-ط) حجم القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية الذين أكدوا مواكبتهم للتطورات التقنية في العالم التي تطرأ على العمل الصحفي باستمرار فضلا عن حجم غير المواكبين لذلك وكما يأتي:

الجدول رقم (4- ط)

يوضح (هل يواكب القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية التطورات التقنية في العالم التي تطرأ على العمل الصحفي).

مواكبة التطورات التقنية في العالم	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
نعم	32	58.2	1	9	45	2	41	54.7	1
لا	23	41.8	2	11	55	1	34	45.3	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

- كان القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية الذين أجابوا بـ(نعم) لمواكبة التطورات التقنية التي تطرأ على العمل الصحفي بنسبة (54.7%) وتكرار (41) وجاء في جريدة الصباح بنسبة (58.2%) وتكرار (32) وتضمنت المرتبة الأولى اما عند جريدة التآخي فكانت المرتبة الأولى للذين أجابوا بـ(لا) بنسبة (55%) وتكرار (11).
- اما القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية الذين أجابوا بـ(لا) كمرتبة ثانية كانوا بنسبة (45.3%) وتكرار (34) وفي جريدة الصباح بنسبة (41.8%) وتكرار (23). اما في جريدة التآخي فكانت إجابة القائم بالاتصال فيها بـ(نعم) قد حازت المرتبة الثانية بنسبة (45%) وتكرار (9).

وتلاحظ المؤلفة أن هناك تفاوتا كبيرا في مواكبة تطور العمل الصحفي للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية مما تشكل هذه المعطيات تفاوتا في مستوياتهم وميولهم الصحفية والإعلامية.

الفصل الخامس

طبيعة علاقة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية والحقوق والضمانات التي يتمتع بها

يتصدى هذا الفصل إلى طبيعة علاقات القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بالجمهور وبمصادر المعلومات وانعكاسها على الممارسة الإعلامية، فضلا عن ماهية حقوقه وضماناته ومدى تمتعه بها. وهل يحقق عمله الصحفي في جريدته الرضا الوظيفي ام لا وما مدى انعكاس هذا الرضا الوظيفي على ادائه الإعلامي سلبا او ايجابا.

ستبين لنا نتائج معطيات الاستبانة المعدة لمعرفة هذه المواضيع عن طريق ثلاثة مباحث بالتفصيل.

المبحث الأول

طبيعة علاقة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بالجمهور وبمصادر المعلومات وانعكاسها على الممارسة الإعلامية

اولا: هل للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية علاقة بالجمهور المستهدف في رسائلة الاتصالية:

لبيان هل للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية علاقة بالجمهور المستهدف في رسائله الاتصالية ام لا يطلعنا الجدول رقم (5- أ) على ذلك بما يلي:

الجدول رقم (5- أ)

يوضح (هل للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية علاقة بالجمهور المستهدف في رسائلهم الاتصالية).

علاقة القائم بالاتصال بالجمهور المستهدف	الصباح			التآخي			الكل		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
نعم	40	72.7	1	16	80	1	56	74.7	1
لا	15	27.3	2	4	20	2	19	25.3	2
الكل	55	100	-	20	100	-	75	100	-

- أجاب القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية بـ(نعم) بوجود علاقة فيما بينهم وبين الجمهور المستهدف في رسائلهم الاتصالية بنسبة (74.7%) وتكرار (56) ففي جريدة الصباح كانوا بنسبة (72.8%) وتكرار (40) وجريدة التآخي (80%) وتكرار (16).
- اما الذين أجابوا بـ(لا) أي عدم وجود العلاقة بين القائم بالاتصال في الصحافة العراقية والجمهور المستهدف في رسائلهم الاتصالية كانوا بنسبة (25.3%) وتكرار (19)، ففي جريدة الصباح كانوا بنسبة (27.3%) وتكرار (15) وفي التآخي بنسبة (20%) وتكرار (4).

ونظرة فاحصة لهذه النتائج يعني ان التفاعل والتغذية العكسية تحتاج إلى مزيد من الجهد لتعزيز العلاقة بين القائم بالاتصال في الصحافة العراقية وجمهوره المستهدف لرسائله الاتصالية.

ثانيا: الوسائل والأساليب التي يستخدمها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية في التواصل مع الجمهور.

اجاب القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية في الجدول رقم (5-أ) عن وجود علاقة بينهم وبين الجمهور المستهدف لرسائلهم الاتصالية وبنسبة (74.7%) وتكرار (56)، وسنبين فيما يأتي أساليب ووسائل الاتصال التي يستخدمها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية في التواصل مع الجمهور في الجدول الاتي رقم (5-أ-1).

جدول رقم (5-أ-1)

يوضح (الوسائل والأساليب التي يستخدمها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية في التواصل مع الجمهور)*

الجريدة	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
المقابلة والحضور	16	40	1	12	75	1	28	50	1
البريد الالكتروني	12	30	2	4	25	2	6	10.7	3
رسائل الموبايل	8	20	3	-	-	-	8	14.3	2
الرسائل البريدية	4	10	4	-	-	-	4	7.1	4
الكلي	40	100	-	16	100	-	56	100	-

تقسمت وسائل وأساليب العلاقة بين القائم بالاتصال في الصحافة العراقية وجمهوره المستهدف لرسائله الاتصالية على أربع مراتب هي:

- المرتبة الأولى: كانت لأسلوب (المقابلة والحضور) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (50%) وتكرار 50، ففي جريدة الصباح كانت بنسبة (40%) وتكرار (16)، وجريدة التآخي بنسبة (75%) وتكرار (12).
- المرتبة الثانية كانت عند القائم بالاتصال في الصحافة العراقية لوسائل (الموبايل) بنسبة (14.3%) وتكرار (8) وفي جريدة الصباح كانت لرسائل (البريد الالكتروني) بنسبة (30%) وتكرار (8)، وجريدة التآخي كانت ايضا (للبريد الالكتروني) بنسبة (25%) وتكرار (4).

* لدى القائمين بالاتصال أساليب متعددة بالاتصال فضلا عن الأسلوب الرئيس المذكور في الجدول إزاء كل واحد منهم

- المرتبة الثالثة كانت عند القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (10.7%) وتكرار (6) وفي جريدة الصباح فقط بنسبة (20%) لـ(رسائل الموبايل) بتكرار (8).
- المرتبة الرابعة كانت عند القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (10%) وتكرار (4)، وكذلك في جريدة الصباح فقد كانت بنسبة (10%) وتكرار (4) (للرسائل البريدية).

نرى أن العلاقة بين القائم بالاتصال في الصحافة العراقية والجمهور لم ترتق إلى المستوى المطلوب من التفاعل فيما بينهما.

ثالثا: حجم اهتمام القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بالتغذية الراجعة.

يبين الجدول رقم (5-أ- 2) حجم اهتمام القائم بالاتصال في الصحافة العراقية من الذين لهم علاقة بالجمهور المستهدف الوارد في الجدول (5-أ) وحسبما يأتي:

الجدول رقم (5-أ- 2)

يوضح (حجم اهتمام القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بالتغذية الراجعة).

حجم اهتمام القائم بالاتصال بالتغذية الراجعة	الصباح			التآخي			الكل		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
كثير جدا	6	15	3	1	6.3	4	7	12.5	4
كثير	13	32.5	2	3	18.8	3	16	28.6	1
متوسط	15	37.5	1	-	-	-	15	26.8	2
قليل	-	-	-	5	31.3	2	5	8.9	5
لا يوجد	6	15	3	7	43.8	1	13	23.2	3
الكلي	40	100	-	16	100	-	56	100	-

يبين الجدول رقم (5-أ-2) مراتب حجم اهتمام عموم القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بالتغذية الراجعة وكما يأتي:

- المرتبة الأولى (كثير) بنسبة (28.6%) وتكرار (16).
- المرتبة الثانية (متوسط) بنسبة (26.8%) وتكرار (15).
- المرتبة الثالثة (لا يوجد) بنسبة (23.2%) وتكرار (13).

- المرتبة الرابعة (كثير جدا) بنسبة (12.5%) وتكرار (7).
- المرتبة الخامسة (قليل) بنسبة (8.9%) وتكرار (5).

وتأتي أحجام اهتمام القائم بالاتصال بالتغذية الراجعة في جريدة الصباح:

- المرتبة الأولى لحجم الاهتمام (متوسط) بنسبة (37.5%) وتكرار (15).
- المرتبة الثانية اهتمام (كثير) وبنسبة (32.5%) وتكرار (13).
- المرتبة الثالثة الاهتمام (كثير جدا) بنسبة (15%) وتكرار (6).

وتشترك معها في المرتبة في الاهتمام (لا يوجد) بنفس النسبة والتكرار.

وتأتي أحجام اهتمام القائم بالاتصال في جريدة التآخي بالمراتب الآتية:

- المرتبة الأولى لحجم الاهتمام (لا يوجد) بنسبة (43.8%) وتكرار (7).
- المرتبة الثانية لاهتمام (قليل) بنسبة (31.3%) وتكرار (5).
- المرتبة الثالثة لاهتمام (كثير) بنسبة (18.8%) وتكرار (3).
- المرتبة الرابعة لاهتمام (كثير جدا) بنسبة (6.3%) وتكرار (1).

وعلى العموم فان هذا التفاوت يشير إلى أن حجم اهتمام القائم بالاتصال في التغذية الراجعة ليس بالمستوى المطلوب تفاعليا.

علما أن معطيات هذا الجدول مقسمة على أساس حجم الجمهور الذي له علاقة بالقائم بالاتصال في الصحافة العراقية.

رابعا: هل يحاول القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية إرضاء جمهورهم وتحقيق رغباتهم في الرسائل الاتصالية التي يقدمونها لهم

في الجدول الآتي رقم (5-ب) تسلط إجابات القائم بالاتصال في الصحافة العراقية على محاولة إرضاء جمهوره عند كتابة رسالته الاتصالية المقدمة له أم لا وكانت النتائج كما يأتي:

الجدول رقم (5-ب)

يوضح (هل يحاول القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية ارضاء جمهورهم وتحقيق رغباتهم في الرسائل الاتصالية التي يقدمونها لهم).

محاولة إرضاء رغبات الجمهور	الصباح			التآخي			الكل		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
نعم	46	83.6	1	16	80	1	62	82.7	1
لا	9	16.4	2	4	20	2	13	17.3	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

- كانت المرتبة الأولى لـ (نعم) حول محاولة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية إرضاء جمهوره بنسبة (82.7%) وتكرار (62) ولجريدة الصباح بنسبة (83.6%) وتكرار (46). ولجريدة التآخي بنسبة (80%) وتكرار (16).
- اما المرتبة الثانية كانت لـ(لا) حول محاولة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية لإرضاء جمهوره، أي (عدم إرضاء جمهوره) بنسبة (17.3%) وتكرار (13) ولجريدة الصباح بنسبة (16.4%) وتكرار (9) ولجريدة التآخي بنسبة (20%) وتكرار (4).

نستدل من ذلك على ان القائم بالاتصال يراعي جمهوره عند كتابة رسائله الاتصالية المقدمة له بنسبة كبيرة.

خامسا: هل تقوم المؤسسات أو الجهات أو المواطنون بتقديم الخدمات والضيافة إلى القائم بالاتصال في الصحافة العراقية عند الالتقاء بهم:

يبين الجدول رقم (5-ب) على وفق إجابات القائم بالاتصال في الصحافة العراقية هل يحصلون على الخدمات والضيافة من قبل الجهات التي يلتقون بها وكما يأتي:

الجدول رقم (5-ج)

يوضح (هل تقوم المؤسسات أو الجهات أو المواطنون بتقديم الخدمات والضيافة إلى القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية عند الالتقاء بهم).

هل توجد ضيافة للقائم بالاتصال	الصباح			التآخي			الكل		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
نعم	32	58.2	1	12	60	1	44	58.7	1
لا	23	41.8	2	8	40	2	31	41.3	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

- المرتبة الأولى كانت للإجابة بـ(نعم) حول حصول القائم بالاتصال في الصحافة العراقية على الخدمات والضيافة بنسبة (58.7%) وتكرار (44)، في جريدة الصباح بنسبة (58.2%) وتكرار (32)، اما جريدة التآخي بنسبة (60%) وتكرار (12).
- المرتبة الثانية: كانت للإجابة بـ(لا) لحصول القائم بالاتصال في الصحافة العراقية على الخدمات والضيافة، بنسبة (41.3%) وتكرار (44) ففي جريدة الصباح كانت بنسبة (58.2%) وتكرار (32) وجريدة التآخي بنسبة (40%) وتكرار (8).

ولا بد ان تذكر المؤلفة هذا أن جميع الذين أجابوا بنعم بان الضيافة لا تتعدى الشاي والمشروبات الغازية أو العصائر فقط.

سادسا: كيف يحدد القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية نوع علاقتهم مع مصدر المعلومات

تتحدد علاقة القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية في نوع علاقتهم مع مصدر المعلومات كما في الجدول الآتي رقم (5-د).

جدول رقم (5-د)

يوضح (كيف يحدد القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية نوع علاقتهم مع مصدرا المعلومات)

علاقة القائم بالاتصال مع المعلومات	الصباح			التآخي			الكل		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
تعاون مشترك	35	63.6	1	14	70	1	49	65.3	1
مستقل عن المصدر	20	36.4	2	5	25	2	25	33.3	2
سيطرة المصدر على القائم بالاتصال	-	-	-	1	5	3	1	1.3	3
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

تحددت علاقة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بثلاثة أنواع كما جاء في الجدول رقم (5-د) مرتبة كما يأتي:

- المرتبة الأولى كان نوع العلاقة لـ(التعاون المشترك) مع القائم بالاتصال في الصحافة العراقية مع مصدر المعلومات بنسبة (65.3%) وتكرار (49) ففي جريدة الصباح بنسبة (63.6%) وتكرار (35). وفي جريدة التآخي بنسبة (70%) وتكرار (14).
- المرتبة الثانية كانت لنوع العلاقة (مستقل عن المصدر) بالنسبة للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (33.3%) بتكرار (25) وفي جريدة الصباح بنسبة (36.4%) وتكرار (20) وفي جريدة التآخي بنسبة (20%) وتكرار (5).
- المرتبة الثالثة كانت نوع العلاقة (سيطرة المصدر على القائم بالاتصال) في الصحافة العراقية بنسبة (1.3%) وتكرار (1) وفي جريدة التآخي بنسبة (5%) وتكرار (1).

المبحث الثاني
حقوق وضمانات القائم بالاتصال في الصحافة العراقية ومدى تمتعه بها

أولا: انتماء القائم بالاتصال في الصحافة العراقية إلى نقابة الصحفيين العراقيين.

يبين الجدول رقم (6-أ) موقف القائم بالاتصال في الصحافة العراقية هل هـو منـتم الى نقابة الصحفيين العراقيين ام لا وكما يأتي:

الجدول رقم (6-أ)

يوضح (انتماء القائم بالاتصال في الصحافة العراقية إلى نقابة الصحفيين العراقيين).

الموقف من انتماء الصحفي إلى نقابة الصحفيين	الصباح			التآخي			الكل		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
نعم	38	69.1	1	10	50	1	48	64	1
لا	17	30.9	2	10	50	2	27	36	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

- اجاب القائمون بالاتصال في الصحافة العراقة في الجدول (6-أ) بـ(نعـم) لانـتمائهم إلى نقابـة الـصحفيين العـراقيين بنسـبة (64%) وتكـرار (48) وكانـت في جريـدة الصـباح بنسبة (69.1%) وتكرار (38) وفي جريدة التآخي بنسبة (50%) وتكرار (10).
- اما الذين أجابوا بـ(لا) أي عدم انتمائهم إلى نقابة الـصحفيين العـراقيين مـن القـائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (36%) وتكرار (27) وفي جريـدة الصـباح كـانوا بنسبة (30.9%) وتكرار (17) وجريدة التآخي بنسبة (50%) وتكرار (10).

وتعني معطيات هذا المبحث بان انتماء نسبة كبيرة من القائمين بالاتصال غير محسـوم إلى عضوية نقابة الصحفيين العراقيين ولم يحددوا مواقفهم بعد.

ثانيا: ما الذي وفرته نقابة الصحفيين العراقيين للمنتمين لها.

كانت معطيات الاستبانة حول ما الذي وفرتـه نقابـة الـصحفيين العراقيـة للمنتمـين في نقابة الصحفيين العراقيين حسب الجدول (6-أ) فكانت كما يلي: انظر الجدول (6-ب)

الجدول (6- ب)

يوضح (ما الذي وفرته نقابة الصحفيين العراقيين للمنتمين لها).

ما وفرته النقابة للجرائديين	الصباح			التآخي			الكل		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
لم توفر شيئا	14	36.8	1	4	40	1	18	37.5	1
منحت وضعا اجتماعيا للاندماج بالمجتمع الإعلامي	10	26.3	2	2	20	2	12	25	2
ضمانة مهنية للاستمرار بالعمل في الجريدة	8	21.1	3	1	10	3	9	18.8	3
فرصة معرفة الحقوق والواجبات الصحفية	4	10.5	4	2	20	2	6	12.5	4
الدفاع عن الصحفي امام القضاء اذا لزم الأمر	2	5.3	5	1	10	3	3	6.3	5
الكلي	38	100	-	10	100	-	48	100	-

كانت إجابات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بما وفرته نقابة الصحفيين العراقيين لهم مقسمة على خمس إجابات مرتبة كما يأتي:

- المرتبة الأولى كانت لاجابة (لم توفر شيئا) من قبل القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (37.5%) وتكرار (18) وفي جريدة الصباح بنسبة (36.8%) وتكرار (14) وجريدة التآخي بنسبة (40%) وتكرار (4).
- المرتبة الثانية كانت الاجابة (منحت وضعا اجتماعيا للاندماج بالمجتمع الإعلامي) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (25%) وتكرار (2) اما جريدة الصباح فكانت بنسبة (26.3%) وتكرار (10) اما جريدة التآخي فكانت فضلا عن ذلك الجواب وفرت (فرصة معرفة الحقوق والواجبات الصحفية في الجريدة) بنسبة (20%) وتكرار (2) لكليهما.
- المرتبة الثالثة كانت للجواب (ضمان مهنية للاستمرار بالعمل في الجريدة) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (18.8%) وتكرار (9) ولجريدة الصباح بنسبة

(21.1%) وتكـرار (8) وجريـدة التـآخي بنسـبة (10%) وتكـرار (1) وجـاءت معهـا للجريدة نفسها وبالمرتبة نفسها الإجابة (الدفاع عن الصحفي أمـام القضـاء) إذا لـزم الأمر.

- المرتبة الرابعة كانت الإجابة (فرصـة معرفـة الحقـوق والواجبـات الصـحفية) للقـائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (12.5%) وتكرار (6) وفي جريدة الصـباح فقـط بنسبة (10.5%) وتكرار (4).
- المرتبة الخامسة كانت للإجابـة (الـدفاع عـن حقـوق الصـحفي امـام القضـاء اذا لـزم الأمر)، للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسـبة (6.3%) وتكـرار (3) وفي جريـدة الصباح فقط بنسبة (5.3%) وتكرار (2).

ان إجابات القائم بالاتصال عما وفرته النقابة للمنتمين لهـا عـلى الـرغم مـن ان المرتبـة الأولى جاءت بانها لم توفر شيئا لكنها تدل عـلى وعـي بأهميـة دور النقابـة وضرورتـه للعمـل الصحفي لأن باقي المراتب كانت تشكل نحو (63%) من الإجابات.

ثالثا: نوع عضوية القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في نقابة الصحفيين العراقيين.

تتعدد عضوية نقابة الصحفيين العراقيين إلى أنواع عدة كانت بالنسبة للقائم بالاتصـال في الصحافة العراقية من المنتسبين لها يأتي على وفق الجدول (6-ج) وهي:

الجدول (6-ج)

يوضح (نوع عضوية القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في نقابة الصحفيين العراقيين).

نوع العضوية	الصباح			التآخي			الكل		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
عضو عامل	22	57.9	1	9	90	1	31	64.6	1
عضو متمرن	12	31.6	2	-	-	-	12	25	2
عضو مشارك	4	10.5	3	1	10	2	5	10.41	3
الكلي	38	100	-	10	100	-	48	100	-

تنوعت عضوية القائم بالاتصال في الصحافة العراقية من المنتمين لها على ثلاثة أنـواع في نقابة الصحفيين العراقيين ومقسمة على المراتب الاتية:

- المرتبة الأولى (عضو عامل) للقـائم بالاتصـال في الصحافة العراقيـة بنسـبة (64.6%) وتكرار (31) ولجريدة الصباح بنسبة (57.9%) وتكرار (22) ولجريدة التآخي بنسـبة (90%) وتكرار (9).
- المرتبة الثانية (عضو متمـرن) للقـائم بالاتصـال في الصحافة العراقيـة بنسـبة (25%) وتكرار (12) ولجريدة الصباح فقط بنسبة (31.6%) وتكرار (12).
- المرتبة الثالثة (عضو مشارك) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقيـة بنسـبة (10.4%) وتكرار (5) ولجريدة الصباح (10.5%) وتكـرار (4) وجريـدة التـآخي بنسـبة (10%) وتكرار (1).
- ويستدل من ذلك على ان العضوية موزعة عـلى أنـواع عـدة كانـت ادناهـا العضـوية المشاركة.

رابعـا: المسـتوى المعـيشي الـذي يضـمنه الراتـب في الجريـدة للقـائمين بالاتصـال في الصـحافة العراقية.

توزعت مستويات المعيشة حسب إجابـات القـائم بالاتصـال في الصـحافة العراقيـة إلى مستويات عدة وهي كما في الجدول رقم (6-د):-

الجدول (6-د)

يوضح (المستوى المعيشي الذي يضمنه الراتب في الجريدة للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية).

المستوى المعيشي	الصباح			التآخي			الكل		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
مستوى معيشي متوسط	34	61.8	1	6	30	2	40	53.3	1
مستوى معيشي منخفض	17	30.9	2	13	65	1	30	40	2
مستوى معيشي عال	4	7.3	3	1	5	3	5	6.7	3
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

توزعت مسـتويات المعيشـة للقـائم بالاتصـال في الصـحافة العراقيـة عـلى ثلاثـة أنـواع مقسمة على المراتب التالية على وفق الجدول رقم (6-د) وهي:

- المرتبة الأولى بـ(مستوى معيشي متوسط) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (53.3%) وتكرار (40)، وفي جريدة الصباح بنسبة (61.8%) وتكرار (34) اما هذه المرتبة في جريدة التآخي (مستوى معيشي منخفض) بنسبة (65%) وتكرار (13).
- المرتبة الثانية (مستوى معيشي منخفض) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (40%) وتكرار (30) وفي جريدة الصباح بنسبة (30.9%) وتكرار (17) اما هذه المرتبة كانت في جريدة التآخي لـ(متسوى معيشي متوسط) بنسبة (30%) وتكرار (6).
- المرتبة الثالثة لـ(مستوى معيشي عال) كانت للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (6.7%) وتكرار (5)، وفي جريدة الصباح بنسبة (7.3%) وتكرار (4) وفي جريدة التآخي بنسبة (5%) وتكرار (1).

تستدل المؤلفة من معطيات الجدول رقم (6-د) أن القائم بالاتصال في الصحافة العراقية يعيش بمستوى معيشي منخفض او متوسط على وفق اعتماده على راتبه في الجريدة.

خامسا: اعتقاد القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بقدرة المنظمات الصحفية أو عدم قدرتها على تخفيض الضغوط التي يتعرضون لها.

لبيان موقف القائم بالاتصال في الصحافة العراقية حول قدرة المنظمات الصحفية أو عدم قدرتها على تخفيف الضغوط التي يتعرض لها كانت الإجابات كما يأتي: انظر الجدول (6-هـ):

الجدول رقم (6-هـ)

يوضح (اعتقاد القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بقدرة المنظمات الصحفية أو عدم قدرتها على تخفيف الضغوط التي يتعرضون لها).

قدرة المنظمات الصحفية	الصباح			التآخي			الكل		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
غير قادرة	41	74.6	1	14	70	1	55	73.3	1
قادرة	14	25.5	2	6	30	2	20	26.7	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

كانت إجابات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية حول قدرة المنظمات الصحفية او عدم قدرتها على تخفيض الضغوط التي يتعرضون لها مرتبة كما يأتي حسب الجدول رقم (6-هـ):

- المرتبة الأولى (غير قادرة) عند القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (73.3%) وتكرار (55) وفي جريدة الصباح بنسبة (74.6%) وتكرار (41) وفي جريدة التآخي (70%) وتكرار (14).
- المرتبة الثانية (قادرة) عند القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (26.7%) وتكرار (20) وعند جريدة الصباح بنسبة (25.5%) وتكرار (14) وعند جريدة التآخي بنسبة (30%) وتكرار (6).

نستدل من ذلك أنّ الغالبية العظمى من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية تعتقد بعدم قدرة المنظمات الصحفية على تخفيف الضغوط التي يتعرضون لها.

سادسا: أسباب عدم قدرة المنظمات الصحفية تخفيف الضغوط عن القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية.

اتت الأسباب حسب إجابات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في الجدول رقم (6-هـ) بعدم قدرة المنظمات الصحفية على تخفيف الضغوط عنهم موضحة في الجدول الآتي رقم (6-هـ-1) وهي:

الجدول رقم (6-هـ-1)

يوضح (أسباب عدم قدرة المنظمات الصحفية تخفيف الضغوط عن القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية).

أسباب عدم قدرة المنظمات الصحفية تخفيف الضغوط	الصباح			التآخي			الكل		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
تغليب المصالح الشخصية لأعضاء النقابات على مصالح الصحفيين	13	31.7	1	4	28.8	1	17	30.9	1
سوء القيادة وضعف الأداء وعدم المصداقية في وعودها	12	29.3	2	2	14.3	2	14	25.5	2
المنظمات الصحفية غير شرعية	6	14.6	3	2	14.3	2	8	14.6	3
قصور التجربة المهنية والإعلامية لأعضاء النقابات	5	12.2	4	-	-	-	5	9.1	4
قلة التمويل والضغوط الخارجية عليها	4	9.8	5	-	-	-	4	7.3	5
عدم تمتعها بالصلاحيات النقابية	-	-	-	4	28.8	1	4	7.3	5
محددات الوضع الأمني على نشاطها النقابي	-	-	-	2	14.3	2	2	3.6	6
عدم معرفتها بعمل منظمات المجتمع المدني	1	2.4	6	-	-	-	1	1.8	7
الكلي	41	100	-	14	100	-	55	100	-

توزعت أسباب عدم قدرة المنظمات الصحفية على تخفيف الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية حسب الجدول رقم (6-هـ-1) على ثمانية أسباب مرتبة كما يأتي:

- المرتبة الأولى كانت بسبب (تغليب المصالح الشخصية لأعضاء النقابات على مصالح الصحفيين) عند القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (30.9%) وتكرار (17)، وفي جريدة الصباح بنسبة (31.7%) وتكرار (13) وفي جريدة التآخي كانت فضلا عن السبب السابق إلى السبب (عدم تمتعها بالصلاحيات القانونية) بنسبة (28.8%) وتكرار (4) لكليهما.

- المرتبة الثانية لسبب (سوء القيادة وضعف الأداء وعدم المصداقية) عند القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (25.5%) وتكرار (14)، وفي جريدة الصباح بنسبة (29.3%) وتكرار (12)، وفي جريدة التآخي كانت المرتبة لسببين آخرين هما (المنظمات الصحفية غير شرعية) و(محددات الوضع الأمني على نشاطها النقابي) بنسبة (14.3%) وتكرار (2) لكل منها.
- المرتبة الثالثة لسبب (المنظمات الصحفية غير شرعية) عند القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (14.6%) وتكرار (8)، وفي جريدة الصباح فقط بنسبة (14.6%) وتكرار (6).
- المرتبة الرابعة لسبب (قصور التجربة المهنية والإعلامية لأعضاء النقابات) عند القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (9.1%) وتكرار (5) وفي جريدة الصباح فقط بنسبة (12.2%) وتكرار (5).
- المرتبة الخامسة كانت لسببي (قلة التمويل والضغوط الخارجية عليها) و(عدم تمتعها بالصلاحيات القانونية) عند القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (7.3%) وتكرار (4) لكل منهما.
- المرتبة السادسة (محددات الوضع الأمني على نشاطها الفني) عند القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (3.6%) وتكرار (2) وفي جريدة الصباح لسبب (عدم معرفتها بعمل منظمات المجتمع المدني) بنسبة (2.4%) وتكرار (1).
- المرتبة السابعة لسبب (عدم معرفتها بعمل منظمات المجتمع المدني عند القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (1.8%) وتكرار (1).

تستدل المؤلفة هنا على أن القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية يرون أن اغلب الأسباب في ذلك هو خارج أرادة أو قدرات المنظمات الصحفية بسبب الأوضاع العامة التي تعيشها.

سابعا: الحقوق التي يتمتع بها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية أثناء عملهم في الجريدة.

للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية حقوق يتمتع بها أثناء عمله في جريدته ذكرها عند إجابته عن الاستبانة جاء معطياتها كما في الجدول الآتي رقم (6-و) وهي:

الجدول رقم (6-و)

يوضح (الحقوق التي يتمتع بها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية أثناء عملهم في الجريدة).

حقوق القائم بالاتصال في الجريدة	الصباح			التآخي			الكل		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
لا توجد حقوق للقائم بالاتصال	26	47.3	1	6	30	1	32	42.7	1
حقوق وامتيازات العمل في الجريدة	14	25.5	2	6	30	1	20	26.7	2
حرية التعبير في الكتابة	8	14.6	3	3	15	3	11	14.7	3
حقوق مادية ومعنوية	5	9.1	4	-	-	-	5	6.7	4
حق الدوام في الجريدة	-	-	-	5	25	2	5	6.7	4
الحقوق التقاعدية	1	1.8	5	-	-	-	1	1.3	5
حق الاعتراض والرد	1	1.8	5	-	-	100	1	1.3	5
الكلي	55	100	-	20	100		75	100	-

ذكر القائمون بالاتصال في الصحافة الطريقة حقوقاً عدة يتمتعون بها أثناء عملهم في الجريدة تضمنها الجدول (6-و) وهي مرتبة كما يأتي:

- المرتبة الأولى (لا توجد حقوق للقائم بالاتصال في جريدته) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (42.7%) وتكرار (32) وفي جريدة الصباح بنسبة (47.3%) وتكرار (26) اما جريدة التآخي فقد جاءت بالمرتبة نفسها فضلا عن ذلك (حقوق وإمكانات العمل في الجريدة) بنسبة (30%) وتكرار (6) لكل منها.

- المرتبة الثانية (حقوق وامتيازات العمل في الجريدة) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (26.7%) وتكرار (20) وجريدة الصباح بنسبة (25.5%) وتكرار (14) ولجريدة التآخي كان (لحق الدوام في الجريدة بنسبة (25%) وتكرار (5).
- المرتبة الثالثة كانت (حرية التعبير في الكتابة) للقائم بالاتصال بنسبة (14.7%) وتكرار (11) ولجريدة الصباح بنسبة (14.6%) وتكرار (8) وجريدة التآخي بنسبة (15%) وتكرار (3).
- المرتبة الرابعة كانت (حقوق مادية ومعنوية) و(حق الدوام في الجريدة) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (6.7%) وتكرار (5) وفي جريدة الصباح فقط لـ(حقوق مادية ومعنوية) بنسبة (9.1%) وتكرار (5).
- المرتبة الخامسة كانت لـ(الحقوق التقاعدية) و(حق الاعتراض والرد) بنسبة (1.3%) وتكرار (1) لكليهما، ولجريدة الصباح فقط بنسبة (1.8%) وتكرار (1) لكليهما.

ثامنا: الواجبات التي يلتزم بها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية أثناء عملهم في الجريدة.

تأتي الواجبات المكلف بها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية حسب إجاباتهم في الاستبانة على وفق الجدول (6-ز) وهي:

الجدول (6-ز)

يوضح (الواجبات التي يلتزم بها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية أثناء عملهم في الجريدة).

واجبات القائم بالاتصال في الجريدة	الصباح			التآخي			الكل		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
واجبات الوظيفة والعمل المكلف به (واجبات روتينية)	43	78.2	1	10	50	1	53	70.7	1
انجاز الواجبات الإدارية	4	7.3	2	4	20	2	8	10.7	2
التحرير وإعداد الصفحات	4	7.3	2	3	15	3	7	9.3	3
زيادة الإنتاجية التحريرية	4	7.3	2	3	15	3	7	9.3	3
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

كانت الواجبات التي يلتزم بها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية حسب الجدول (6-ز) كما يأتي:

- المرتبة الأولى كانت (واجبات الوظيفة والعمل المكلف به -واجبات روتينية-) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (70.7%) وتكرار (53) ولجريدة الصباح بنسبة (78.2%) وتكرار (43)، وجريدة التآخي (50%) وتكرار (10).
- المرتبة الثانية كانت (انجاز الواجبات الإدارية) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (1.7%) وتكرار (8) وجريدة التآخي بنسبة (20%) وتكرار (4) اما جريدة الصباح فكانت فضلا عن ذلك في المرتبة (التحرير وإعداد الصفحات) و(زيادة الإنتاجية التحريرية) بنسبة (7.3%) وتكرار (4) لكل منهم.
- المرتبة الثالثة لـ(التحرير وإعداد الصفحات) و(زيادة الإنتاجية التحريرية) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (9.3%) وتكرار (7) لكل منهما ولجريدة التآخي فقط بنسبة (15%) وتكرار (3) لكل منهما.

تاسعا: ضرورة إيجاد ميثاق يحكم العمل الإعلامي للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية من عدم ضرورته.

أجاب القائم بالاتصال في الصحافة العراقية حول ضرورة ايجاد ميثاق يحكم العمل الإعلامي من عدم ضرورته (بنعم) او (لا) بالنسب المذكورة في الجدول رقم (3-ح) وهي:

الجدول رقم (6-ح)

يوضح (ضرورة ايجاد ميثاق يحكم العمل الإعلامي للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية من عدم ضرورته).

ضرورة تحقيق ميثاق عمل أم لا	الصباح			التآخي			الكل		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
نعم	48	87.3	1	17	85	1	65	86.7	1
لا	7	12.7	2	3	15	2	10	13.3	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

- أجاب القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بـ(نعم) لضرورة إيجاد ميثاق يحكم العمل الإعلامي فيما بينهم بنسبة (86.7%) وتكرار (65) وفي جريدة الصباح بنسبة (87.3%) وتكرار (48) وجريدة التآخي بنسبة (85%) وتكرار (17).

- المرتبة الثانية أجاب القائمون الاتصال في الصحافة العراقية بـ(لا) لضرورة إيجاد ميثاق يحكم العمل الإعلامي بنسبة (13.3%) وتكرار (10)، ولجريدة الصباح بنسبة (12.7%) وتكرار (7) وجريدة التآخي بنسبة (15%) وتكرار (3).

المبحث الثالث

الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية وانعكاسه على أدائهم الإعلامي

أولاً: دوافع اختيار القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية العمل الصحفي.

فيما يأتي معطيات الاستبانة حول دوافع اختيار القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية العمل الصحفي انظر الجدول الآتي رقم (7-أ).

الجدول رقم (7-أ)

يوضح (دوافع اختيار القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية العمل الصحفي).

دوافع الاختيار	الصباح			التآخي			الكل		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
خدمة المجتمع	18	32.7	1	5	25	1	23	30.7	1
التخصص الدراسي	14	25.5	2	4	20	2	18	24	2
المتعة والإثارة	10	18.2	3	2	10	3	12	16	3
الكسب المادي	7	12.7	4	5	25	1	12	16	3
المركز الاجتماعي	6	10.9	5	-	-	-	6	8	4
الرغبة في العمل بأية وظيفة	-	-	-	4	20	2	4	5.3	5
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

بينت الاستبانة ستة دوافع لاختيار القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية جاءت مرتبة كما في الجدول (7-أ) وهي:

- المرتبة الأولى (خدمة المجتمع) للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (30.7%) وتكرار (23) ولجريدة الصباح بنسبة (32.7%) وتكرار (18) وجريدة التآخي بنسبة (25%) وتكرار (5) لهذا الدافع وللدافع الاخر وهو (الكسب المالي).
- المرتبة الثانية (التخصص الدراسي) للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (24%) وتكرار (18) ولجريدة الصباح بنسبة (25.5%) وتكرار (14)، ولجريدة التآخي فضلا عن الدافع (الرغبة في العمل بأية وظيفة) بنسبة (20%) وتكرار (4) لكل منهما.
- المرتبة الثالثة (المتعة والإثارة) و(الكسب المالي) للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (16%) وتكرار (12) لكل منهما ولجريدة الصباح بنسبة (18.2%) وتكرار (10) وجريدة التآخي بنسبة (10%) وتكرار (2).

- المرتبة الرابعة (المركز الاجتماعي) للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (8%) وتكرار (6) ولجريدة الصباح فقط يأتي (الكسب المالي) بنسبة (12.7%) وتكرار (7).
- المرتبة الخامسة (الرغبة في العمل بأية وظيفة) للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية فقط بنسبة (5.3%) وتكرار (4)

ثانيا: أسس مكافأة القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في الجرائد التي يعملون فيها.

تأتي أسس المكافأة للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في جرائدهم حسبما بينوها كما في الجدول الآتي رقم (7-ب) وهي:

الجدول رقم (7-ب)

يوضح (أسس مكافأة القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في الجرائد التي يعملون فيها).

أسس المكافأة	الصباح			التآخي			الكل		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
العمل المميز	32	58.2	1	9	45	1	41	54.7	1
العلاقات الشخصية	17	30.9	2	4	20	3	21	28	2
الخدمة الطويلة	6	10.9	3	1	5	4	7	9.3	3
أسس غير معروفة	-	-	-	5	25	2	5	6.7	4
المناسبات	-	-	-	1	5	4	1	1.3	5
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

أدلى القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية حسب الجدول (7-ب) خمسة أسس على أساسها يتمتعون بالمكافأة في جرائدهم التي يعملون فيها مرتبة كما يأتي:

- المرتبة الأولى (العمل المميز) بالنسبة للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (54.7%) وتكرار (41) ولجريدة الصباح (58.2%) وتكرار (32) وجريدة التآخي بنسبة (45%) وتكرار (9).
- المرتبة الثانية (العلاقات الشخصية) للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (28%) وتكرار (21) وجريدة الصباح بنسبة (30.9%) وتكرار (17) وكانت للقائمين

بالاتصال في جريدة التآخي والمرتبة نفسها (أسس غير معروفة) بنسبة (25%) وتكرار (5).

- المرتبة الثالثة (الخدمة الطويلة) للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (9.3%) وتكرار (7) وجريدة الصباح بنسبة (10.9%) وتكرار (6) وكانت للمرتبة نفسها في جريدة التآخي (العلاقات الشخصية) بنسبة (20%) وتكرار (4).
- المرتبة الرابعة (أسس غير معروفة) للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (6.7%) وتكرار (5) وفي جريدة التآخي للمرتبة نفسها (الخدمة الطويلة) و(المناسبات) بنسبة (5%) وتكرار (1) لكل منهما.
- المرتبة الخامسة (المناسبات) للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية فقط بنسبة (1.3%) وتكرار (1).

ثالثا: شعور القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بالرضا إزاء أسلوب المكافأة في الجريدة التي يعملون فيها.

يكشف الجدول رقم (7-ج) القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية الذين أجابوا (بنعم) بأنهم راضون و(لا) بالنسبة لغير الراضين وكما يأتي:

الجدول رقم (7-ج)

يوضح (شعور القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بالرضا إزاء أسلوب المكافأة في الجريدة التي يعملون فيها).

هل يشعر القائم بالاتصال بالرضا إزاء أسلوب المكافأة	الصباح			التآخي			الكل		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
لا	38	69.1	1	14	70	1	52	69.3	1
نعم	17	30.9	2	6	30	2	23	30.7	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

يبين الجدول رقم (7-ج) نسبة الراضين الذين أجابوا (بنعم) وعدم الراضين الذين أجابوا بـ(لا) مرتبة كما يأتي:

- المرتبة الأولى (لا) لغير الراضين على أسلوب المكافأة للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (69.3%) وتكرار (52) ولجريدة الصباح (69.1%) وتكرار (38)، وجريدة التآخي بنسبة (70%) وتكرار (14).

- المرتبة الثانية (نعم) للراضين على أسلوب المكافأة للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (30.7%) وتكرار (23) ولجريدة الصباح (30.9%) وتكرار (17) وجريدة التآخي بنسبة (30%) وتكرار (6).

يدلل شعور القائمين بالاتصال على أنهم غير راضين على أساليب المكافأة في جرائدهم حيث لا توجد أسس محددة لذلك.

رابعا: درجة الشعور بالرضا عن الأداء الإعلامي للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في الجرائد التي يعملون فيها.

يوضح الجدول الآتي رقم (7-د) درجة الشعور بالرضا عن الأداء الإعلامي للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في الجرائد التي يعملون فيها وكما يأتي:

الجدول رقم (7-د)

يوضح (درجة الشعور بالرضا عن الأداء الإعلامي للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في الجرائد التي يعملون فيها).

درجة الشعور بالرضا من الأداء الإعلامي	الصباح			التآخي			الكل		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
إلى حد معقول	29	52.7	1	7	35	2	36	48	1
عالية جدا	22	40	2	10	50	1	32	42.7	2
اقل الحدود	2	3.6	3	3	15	3	5	6.7	3
غير متحققة	2	3.6	3	-	-	-	5	2.7	4
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

تأتي درجة الشعور بالرضا عن الأداء الإعلامي للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في الجرائد التي يعملون فيها مرتبة حسب الجدول (7-د) كما يأتي:

- المرتبة الأولى (إلى حد معقول) للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (48%) وتكرار (36) ولجريدة الصباح بنسبة (52.7%) وتكرار (29) وجريدة التآخي للمرتبة نفسها بدرجة (عالية جدا) بنسبة (50%) وتكرار (10).
- المرتبة الثانية (عالية جدا) للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (42.7%) وتكرار (32) وجريدة الصباح بنسبة (40%) وتكرار (22) وبالمرتبة نفسها في جريدة التآخي لدرجة (إلى حد معقول) بنسبة (35%) وتكرار (7).

- المرتبة الثالثة (اقل الحدود) للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (6.7%) وتكرار (5) ولجريدة الصباح بنسبة (3.6%) وتكرار (2) وبالمرتبة نفسها لدرجة (غير متحققة) وجريدة التآخي بنسبة (15%) وتكرار (3).
- المرتبة الرابعة (غير متحققة) للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (2.7%) وتكرار (2) ولجريدة الصباح فقط بنسبة (3.6%) وتكرار (2).

إن درجات الرضا عند القائمين في الاتصال متفاوتة بين جريدة وأُخرى وغير متقاربة أي تذبذب درجات الرضا عن الأداء الإعلامي.

خامسا: العوامل الايجابية التي تحقق الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية في عملهم الصحفي في الجريدة.

تحددت إجابات القائم بالاتصال في الصحافة العراقية حول العوامل الايجابية التي تحقق الرضا الوظيفي له في عمله في الجريدة بما يأتي انظر الجدول رقم (7-هـ):

الجدول رقم (7-هـ)

يوضح (العوامل الايجابية التي تحقق الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية في عملهم الصحفي في الجريدة).

العوامل الايجابية التي تحقق الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال في عمله	الصباح			التآخي			الكل		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
التقدير الإداري والمعنوي	16	29.1	1	10	50	1	26	34.7	1
الحافز أو التشجيع المادي	12	21.8	2	4	20	2	16	21.3	2
توفير الدورات التدريبية والحصول عليها	11	20	3	-	-	-	11	14.7	3
توفر فرصة الترقية في العمل	9	16.4	4	2	10	3	11	14.7	3
تحقق المركز الاجتماعي	7	12.7	5	4	20	2	11	14.7	3
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

أجاب القائم بالاتصال في الصحافة العراقية حول العوامل الايجابية التي تحقق الرضا الوظيفي له في عمله في الجريدة إلى خمسة عوامل حسب الجدول رقم (7-هـ) مرتبة كما يأتي:

- المرتبة الأولى (التقدير الإداري والمعنوي) للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (34.7%) وتكرار (26) ولجريدة الصباح بنسبة (29.1%) وتكرار (16) وجريدة التآخي بنسبة (50%) وتكرار (10).
- المرتبة الثانية (الحافز أو التشجيع المادي) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (21.3%) وتكرار (16) ولجريدة الصباح بنسبة (21.8%) وتكرار (12) اما للقائم بالاتصال في جريدة التآخي فكانت فضلا عن ذلك لـ(تحقق المركز الاجتماعي) بنسبة (20%) وتكرار (4).
- المرتبة الثالثة كانت عوامل عدة للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية وهي (توفير الدورات التدريبية والحصول عليها) و(توفير فرص الترقية في العمل) و(تحقق المركز الاجتماعي) بنسبة (14.7%) وتكرار (11) لكل منها، ولجريدة الصباح فقط للمرتبة نفسها (توفير الدورات التدريبية والحصول عليها) بنسبة (20%) وتكرار (11).
- المرتبة الرابعة (توفر فرص الترقية في العمل) للقائم بالاتصال في جريدة الصباح فقط بنسبة (16.4%) وتكرار (9).
- المرتبة الخامسة (تحقق المركز الاجتماعي) للقائم بالاتصال في جريدة الصباح فقط بنسبة (12.7%) وتكرار (7).

سادسا: العوامل السلبية التي تدعو القائم بالاتصال في الصحافة العراقية إلى عدم الرضا عن مهنة الصحافة.

ظهرت عوامل عدة سلبية على عدم الرضا عن مهنة الصحافة عند القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية وهي كما في الجدول الاتي رقم (7-و).

الجدول (7-و)

يوضح (العوامل السلبية التي تدعو القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية إلى عدم الرضا عن مهنة الصحافة).

العوامل السلبية التي تدعو القائم بالاتصال إلى عدم الرضا عن مهنة الصحافة	الصباح			التآخي			الكل		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
قلة الحافز المادي والمعنوي	12	21.8	1	4	20	1	16	21.3	1
القيود على حرية التعبير	8	14.6	2	3	15	2	11	14.7	2
غياب القوانين التي تنظم العمل الصحفي	6	10.9	3	2	10	3	8	10.7	3
شيوع المحسوبية والمنسوبية في المؤسسات الصحفية	4	7.3	4	4	20	1	8	10.7	3
عدم تقدير الأداء والعمل	4	7.3	4	3	15	2	7	9.3	4
قلة الأجهزة والمستلزمات الصحفية	2	3.6	6	4	20	1	6	8	5
الرقابة المفرطة والتدخل في تعديل المواضيع	4	7.3	4	-	-	-	4	5.3	6
إهمال المؤسسات الإعلامية ومؤسسات الدولة للجرائديين وعدم الالتزام بهم	4	7.3	4	-	-	-	4	5.3	6
الهواجس من تدخل الأحزاب والقوى السياسية	4	7.3	4	-	-	-	4	5.3	6
عدم وجود الأمانة الصحفية لبعض القائمين بالاتصال	4	7.3	4	-	-	-	4	5.3	6
انعدام التدريب الإعلامي	3	5.5	5	-	-	-	3	4	7
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

يرى القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية ان هناك احد عشر عاملا يدعو إلى عدم الرضا عن مهنة الصحافة كما ظهرت في الجدول رقم (7-و) وهي مرتبة كالآتي:

- المرتبـة الأولى (قلـة الحـافز المـادي والمعنـوي) عنـد القـائمين بالاتصـال في الصـحافة العراقية بنسبة (21.3%) تكـرار (16) وفي جريـدة الصـباح بنسـبة (21.8%) وتكـرار (12) وفي جريدة التآخي جاءت لعوامل عدة فضلا عن ذلك وهي (شيوع المحسـوبية والمنسوبية في المؤسسات الصحفية) و(قلـة الأجهـزة والمسـتلزمات الصـحفية) بنسـبة (20%) وتكرار (4) لكل منها.
- المرتبة الثانية (القيود على حرية التعبير) عند القائم بالاتصـال في الصـحافة العراقيـة بنسبة (14.7%) وتكرار (11) وفي جريـدة الصـباح بنسـبة (14.6%) وتكـرار (8) وفي جريدة التآخي جاء فضلا عن ذلك (عدم تقدير الأداء والعمل) بنسبة (15%) وتكـرار (3) لكل منهما.
- المرتبـة الثالثـة لعـاملي (غيـاب القـوانين التـي تـنظم العمـل الصـحفي) و(شـيوع المحسوبية والمنسـوبية في المؤسسـات الصـحفية) بنسـبة (10.7%) وتكـرار (3) لكـل منهما، وفي جريدة الصباح لعامل (غياب القوانين التي تنظم العمل الصـحفي بنسـبة (10.9%) وتكرار (6)، وفي جريدة التآخي أيضاً بنسبة (10%) وتكرار (2).
- المرتبة الرابعة (عـدم تقـدير الأداء والعمـل) للقـائم بالاتصـال في الصـحافة العراقيـة بنسبة (9.3%) وتكرار (4) وفي جريدة الصباح فقط فضلا عن ذلـك لعوامـل (شـيوع المحسوبية والمنسوبية في المؤسسات الصحفية (الرقابـة المفرطـة والتـدخل في تعـديل المواضيع) و(إهمال المؤسسات الإعلامية ومؤسسات الدولة للجرائديين وعدم الاكتراث بهـم) و(الهـواجس مـن تـدخل الأحـزاب والقـوى السياسـية) و(عـدم وجـود الأمانـة الصحفية لبعض القائمين بالاتصال) بنسبة (7.3%) وتكرار (4) لكل منهم.
- المرتبـة الخامسـة (قلـة الأجهـزة والمسـتلزمات الصـحفية) عنـد القـائمين بالاتصـال في الصحافة العراقية بنسـبة (8%) وتكـرار (6) وفي جريـدة الصـباح فقـط جـاء العامـل (انعدام التدريب الإعلامي) بنسبة (5.5%) وتكرار (3).
- المرتبة السادسة لعوامل (الرقابـة المفرطـة والتـدخل في تعـديل المواضـيع) و(إهـمال المؤسسات الإعلامية ومؤسسات الدولة للجرائديين وعدم الاكتراث بهـم) و(الهـواجس من تدخل الأحزاب والقوى السياسية) و(عدم وجود الأمانة الصحفية لبعض القـائمين بالاتصال) عند القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (5.3%) وتكرار (4) لكل منهم.

- المرتبـة السـابعة (انعـدام التـدريب الإعلامـي) عنـد القـائمين بالاتصـال في الصحافة العراقية بنسبة (4%) وتكرار (3).

سابعا: رغبة القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بمغادرة العمل في الجريدة مقابل عمل آخر بمرتب أعلى.

أجـاب القـائمون بالاتصـال في الصحافة العراقيـة حـول (هـل ترغـب بمغـادرة العمـل الصحفي فيما إذا حصلت على وظيفة بمرتب أعلى) بما يأتي (انظر الجدول رقم (7-ز).

الجدول رقم (7-ز)

يوضح (رغبة القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بمغادرة العمل في الجريدة مقابل عمل آخر بمرتب أعلى).

رغبة القائم بالاتصال مغادرة العمل في الجريدة مقابل مرتب أعلى	الصباح			التآخي			الكل		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
لا	36	65.5	1	12	60	1	48	64	1
نعم	19	34.6	2	8	40	2	27	36	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

كانت إجابات القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية حول رغبتهم بترك مهنة الصحافة مقابل الحصول على مرتب أعلى حسب الجدول رقم (7-ز) مرتبة كما يأتي:

- المرتبة الأولى (لا) للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسـبة (64%) وتكـرار (48) وفي جريدة الصباح بنسبة (65.5%) وتكرار (36) وفي جريدة التـآخي بنسـبة (60%) وتكرار (12).
- المرتبة الثانية (نعم) للقائمين بالاتصـال في الصـحافة العراقيـة بنسـبة (36%) وتكـرار (27) وجريدة الصباح بنسبة (34.6%) وتكرار (19) وجريدة التـآخي بنسـبة (40%) وتكرار (8).

الفصل السادس

الضغوط المهنية وضغوط السياسة الإعلامية التي يتعرض لها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية

يتكون الفصل السادس من الباب الثاني في معطيات الاستبانة من إجابات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية حول الضغوط المهنية وضغوط السياسة الإعلامية التي يتعرض لها في مبحثين.

يوضح (المبحث الأول) من هذا الفصل الضغوط المهنية التي يتعرض لها القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية أثناء العمل في الجريدة والضغوط التي يمكن مواجهتها من قبله والتي لا يمكن مواجهتها، فضلا عن حجم تأثير الرموز والبيئة الإعلامية على صياغة الرسالة الاتصالية ونوع الضغوط التي يتعرض اليها وكذلك تأثير مجموعة من الصعوبات المتفرقة داخل الجريدة.

ويوضح المبحث الثاني من الفصل الثالث في الباب الثاني الضغوط السياسية التي يتعرض لها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية بدء انتماء القائم بالاتصال السياسي وهل يؤثر هذا الانتماء على ادائهم الإعلامي وهل للجريدة اتجاه سياسي له تأثير عليه وما الصيغ التي تتدخل الجريدة فيها للتأثير عليه ونوع السياسة الإعلامية للجريدة ورأيه فيها وأسباب عدم اتقانه معها فضلا عن حرية النقد لعمل الجريدة ومعارضته لبعض تعليماتها وأسبابها وهل يسمح له عمله بتقديم المبادرات والمقترحات وموقف رؤساءه من هذه المبادرات.

واجوبة هذه التساؤلات كلها والفقرات للمبحوثين في هذا الفصل تمثل إجابات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية.

المبحث الأول

الضغوط المهنية التي يتعرض لها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية

أولاً: الضغوط المهنية التي يتعرض لها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية

يبين الجدول الآتي رقم (8-أ) هذه الضغوط وهي:

الجدول رقم (8-أ)

يوضح (الضغوط المهنية التي يتعرض لها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية أثناء العمل في الجريدة).

الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال أثناء العمل	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
ضغوط الرؤساء ومدراء الأقسام	8	14.6	1	3	15	3	11	14.7	1
ضغوط مصادر المعلومات	4	7.3	4	2	10	4	6	8	4
ضغوط الإمكانات الفنية والتكنولوجية	8	14.6	1	2	10	4	10	13.3	2
انعدام روح التعاون مع زملاء العمل	7	12.7	2	1	5	6	8	10.7	3
ضعف القدرة والخبرة المهنية للمسؤولين توجيه العمل الإعلامي	4	7.3	4	-	-	-	4	5.3	5
معاناة ذاتية	4	7.3	4	4	20	2	8	10.7	3
المخاطر الأمنية	4	7.3	4	2	10	5	6	8	4
مخاطر التعرض للمساءلة القانونية	6	10.9	3	-	-	-	6	8	4
لا توجد ضغوط مهنية	6	10.9	3	-	-	-	6	8	4
قلة الراتب	4	7.3	4	6	30	1	10	13.3	2
الكلي	55	100	-	100	100	-	75	100	-

فيما تأتي الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية مرتبة حسب الجدول رقم (8-أ) وهي:

- المرتبة الأولى (ضغوط الرؤساء ومدراء الأقسام) عند القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (14.7%) وتكرار (11) وجريدة الصباح بنسبة (14.6%) وتكرار (8) وكذلك بالمرتبة نفسها (ضغوط الإمكانات الفنية والتكنولوجية) وتأتي بالمرتبة نفسها لجريدة التآخي الى (قلة الراتب) بنسبة (30%) وتكرار (6).

- المرتبة الثانيـة لـ(ضـغوط الإمكانـات الفنيـة والتكنولوجيـة) و(قلـة الراتـب) للقـائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (13.3%) وتكرار (10) لكل مـنهما، وفي جريـدة الصباح لـ(انعدام روح التعاون مـع زمـلاء العمـل) بنسـبة (12.7%) وتكـرار (7) وفي جريدة التآخي لـ(معاناة ذاتية) بنسبة (20%) وتكرار (4).
- المرتبة الثالثة (انعدام روح التعاون مع زملاء العمل) و(معاناة ذاتية) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (10.7%) وتكرار (8) ولجريدة التآخي (ضـغوط الرؤسـاء ومـدراء الأقسـام) بنسـبة (15%) وتكـرار (3) ولجريـدة الصـباح (مخـاطر التعـرض للمساءلة القانونية) ولفقرة (لا توجد ضـغوط مهنيـة) بنسـبة (10.9%) وتكـرار (6) لكل منها.
- المرتبة الرابعة (ضغوط مصـادر المعلومـات) و(المخـاطر الأمنيـة) و(مخـاطر التعـرض للمساءلة القانونية) ولفقرة (لا توجد ضغوط مهنية) بنسـبة (8%) وتكـرار (6) لكـل منهما ولجريدة الصـباح (ضـغوط مصـادر المعلومـات) و(معانـاة ذاتيـة) و(المخـاطر الأمنية) و(قلة الراتب) و(ضعف القدرة والخبرة المهنية للمسؤولين على توجيه العمل الإعلامي) بنسبة (7.3%) وتكرار (4) لكل منهما، اما جريدة التآخي (ضغوط مصـادر المعلومات) و(ضغوط الإمكانات الفنية والتكنولوجية) بنسبة (10%) وتكرار (2).
- المرتبـة الخامسـة (ضـعف القـدرة والخـبرة المهنيـة للمسـؤولين عـلى توجيـه العمـل الإعلامي) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (5.3%) وتكرار (4)، ولجريـدة التآخي (فقط المخاطر الأمنية) بنسبة (10%) وتكرار (2).
- المرتبة السادسة: (انعدام روح التعاون مع زملاء العمل) للقـائم بالاتصـال في جريـدة التآخي فقط بنسبة (5%) وتكرار (1).

ثانيا: أبرز الضغوط المهنية التي يمكن للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية مواجهتها.

تعترض القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بعض الضغوط المهنية التي يمكن مواجهتها وفيما يأتي أبرزها. انظر الجدول رقم (8- ب).

الجدول رقم (8-ب)

يوضح (ابرز الضغوط المهنية التي يمكن للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية مواجهتها).

الضغوط المهنية التي يمكن مواجهتها	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
ضغوط رؤساء العمل والتحفظ على النشر	12	21.8	2	8	40	1	20	26.7	1
لا توجد ضغوط داخل العمل	14	25.5	1	2	10	3	16	21.3	2
ضغوط العمل الروتينية	6	10.9	3	-	-	-	6	8	3
عدم تعاون بعض مسؤولي الدولة	4	7.3	4	-	-	-	4	5.3	4
عدم توافر مستلزمات العمل الصحفي	-	-	-	4	20	2	4	5.3	4
ضغوط إدارية	-	-	-	4	20	2	4	5.3	4
صعوبة الحصول على المعلومات العسكرية	3	5.5	5	-	-	-	3	4	5
الضغوط الأمنية	3	5.5	5	-	-	-	3	4	5
ضغوط العمل الميداني والمواصلات	3	5.5	5	-	-	-	3	4	5
ضغوط الوقت	2	3.6	6	-	-	-	2	2.7	6
الحصول على السبق الصحفي	2	3.6	6	-	-	-	2	2.7	6
سطوة الرؤساء غير المهنيين	2	3.6	6	-	-	-	2	2.7	6
ضغوط أجور العمل	-	-	-	2	10	3	2	2.7	6
ضغوط مصادر المعلومات	2	3.6	6	-	-	-	2	2.7	6
ضعف القدرات المهنية للزملاء	2	3.6	6	-	-	-	2	2.7	6
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

تنوعت الضغوط المهنية التي يمكن للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية مواجهتها وتأتي مرتبة حسب الجدول رقم (8-ب) وهي:

- المرتبة الأولى (ضغوط رؤساء العمل والتحفظ على النشر) عند القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (26.7%) وتكرار (20) وفي جريدة التآخي بنسبة (40%) وتكرار (8) ويأتي

لجريدة الصباح بالمرتبة نفسها فقرة (لا توجد ضغوط داخل العمل في الجريدة بنسبة (25.5%) وتكرار (14).

- المرتبة الثانية (لا توجد ضغوط داخل العمل) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (21.3%) وتكرار (16) وفي جريدة الصباح بنسبة (21.8%) وتكرار (12)، اما جريدة التآخي فيأتي المرتبة نفسها (عدم توافر مستلزمات العمل الصحفي) و(ضغوط إدارية) بنسبة (20%) وتكرار (4) لكل منهما.
- المرتبة الثالثة (ضغوط العمل الروتينية) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (8%) وتكرار (6) ولجريدة الصباح فقط بنسبة (10.9%) وتكرار (6) اما جريدة التآخي فتأتي بالمرتبة نفسها (ضغوط أجور العمل) و(لا توجد ضغوط داخل العمل) بنسبة (10%) وتكرار (2) لكل منهما.
- المرتبة الرابعة (عدم تعاون بعض مسؤولي الدولة) للقائم بالاتصال في جريدة الصباح بنسبة (7.3%) وتكرار (4) وللقائم بالاتصال في الصحافة العراقية يأتي فضلا عن ذلك بالمرتبة نفسها (ضغوط إدارية) و(عدم توافر مستلزمات العمل الصحفي) بنسبة (5.3%) وتكرار (4).
- المرتبة الخامسة (صعوبة الحصول على المعلومات العسكرية) و(الضغوط الأمنية) و(ضغوط العمل الميداني والمواصلات) للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (4%) وتكرار (3) ولجريدة الصباح بنسبة (5.5%) وتكرار (3).
- المرتبة السادسة (ضغوط الوقت) و(الحصول على السبق الصحفي) و(سطوة الرؤساء غير المهنيين) و(ضغوط مصادر المعلومات) و(ضعف القدرات المهنية للزملاء) للقائم بالاتصال في جريدة الصباح بنسبة (3.6%) وتكرار (2) لكل منهما وعند القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية يأتي فضلا عن ذلك في المرتبة نفسها (ضغوط أجور العمل) بنسبة (2.7%) وتكرار (2) لكل منها.

ثالثا: أبرز الضغوط المهنية التي لا يمكن مواجهتها من قبل القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية.

تعترض القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بعض الضغوط المهنية التي لم يتمكن من مواجهتها في عمله في الجريدة فيما يأتي أبرزها. انظر الجدول رقم (8-ج).

الجدول رقم (8-ج)

يوضح (أبرز الضغوط المهنية التي لا يمكن مواجهتها من قبل القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية).

الضغوط المهنية التي لا يمكن مواجهتها	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
لا توجد ضغوط	22	40	1	-	-	-	22	30.7	1
ضغوط رؤساء العمل	10	18.2	2	4	20	2	14	18.7	2
ضغوط إدارية	4	7.3	3	5	25	1	9	12	3
قلة الأجور ومحدوديتها	4	7.3	3	5	25	1	9	12	3
روتين الدوام اليومي	2	7.3	3	-	-	-	4	5.3	4
الاخبار والمواضيع غير الواقعية	2	7.3	3	-	-	-	4	5.3	4
ضغوط مصادر المعلومات	2	3.6	4	2	10	3	4	5.3	4
عدم التثبيت على الملاك الدائم	2	3.6	4	-	-	-	2	2.7	5
عدم تعاون الأقسام مع بعضها	2	3.6	4	-	-	-	2	2.7	5
ضغوط رؤساء الأقسام بتوفير مواد فائضة	-	-	-	2	10	3	2	2.7	5
الازدحامات المرورية	-	-	-	2	10	3	2	2.7	5
ارتفاع أسعار الأجهزة الالكترونية	1	1.8	5	-	-	-	1	1.3	6
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

توجد ضغوط مهنية عدة ادعى القائم بالاتصال في الصحافة العراقية لا يمكن مواجهتها من قبله جاءت مرتبة حسب الجدول رقم (8-ج).

- المرتبة الأولى (لا توجد ضغوط) لا يمكن مواجهتها أجاب القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (30.7%) وتكرار (22) وجريدة الصباح فقط بنسبة (40%) وتكرار (22).
- المرتبة الثانية (ضغوط رؤساء العمل) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (18.7%) وتكرار (14)، ولجريدة الصباح بنسبة (18.2%) وتكرار (10)، ولجريدة التآخي بنسبة (20%) وتكرار (4).
- المرتبة الثالثة (ضغوط إدارية) و(قلة الأجور ومحدوديتها) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (12%) وتكرار (9) لكل منها ولجريدة الصباح فضلا عن ذلك بالمرتبة نفسها (روتين الدوام اليومي) و(الاخبار والمواضيع غير الواقعية) بنسبة (7.3%) وتكرار (2) لكل منها. وجريدة التآخي كانت في المرتبة نفسها (ضغوط مصادر المعلومات) و(ضغوط رؤساء الأقسام بتوفير مواد فائضة) و(الازدحامات المرورية) بنسبة (10%) وتكرار (2) لكل منها.
- المرتبة الرابعة (روتين الدوام اليومي) و(الاخبار والمواضيع غير الواقعية) و(ضغوط مصادر المعلومات) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (5.3%) وتكرار (4) لكل منها، ولجريدة الصباح فقط كانت (ضغوط مصادر المعلومات) و(عدم التثبيت على الملاك الدائم) بنسبة (3.6%) وتكرار (2) لكل منها.
- المرتبة الخامسة (عدم التثبيت على الملاك الدائم) و(ضغوط رؤساء الأقسام بتوفير مواد فائضة) و(الازدحامات المرورية) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (2.7%) وتكرار (2) لكل منها وفي جريدة الصباح (ارتفاع أسعار الأجهزة الالكترونية) بنسبة (1.8%) وتكرار (1).
- المرتبة السادسة (ارتفاع أسعار الأجهزة الالكترونية للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية) في جريدة التآخي فقط بنسبة (1.3%) وتكرار (1).

رابعا: حجم تأثير الرموز السياسية والدينية والبيئة الإعلامية على صياغة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية للمضمون الإعلامي

أ. (حجم تأثير الرموز السياسية على صياغة القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية للمضمون الإعلامي). أنظر الجدول (8-د-1).

الجدول رقم (8-د-1)

يوضح (حجم تأثير الرموز السياسية على صياغة القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية للمضمون الإعلامي).

حجم تأثير الرموز السياسية	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
كبير جدا	10	18.2	3	4	20	2	14	18.7	3
كبير	10	18.2	3	2	10	3	12	16	4
متوسط	11	20	2	4	20	2	15	20	2
قليل	6	10.9	4	1	5	4	7	9.3	5
لا يوجد	18	32.7	1	9	45	1	27	36	1
كلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

يأتي حجم تأثير الرموز السياسية على صياغة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية للمضمون الإعلامي مرتبا كما يأتي:

1. مراتب حجم التأثير على القائم بالاتصال في الصحافة العراقية:

- المرتبة الأولى (لا يوجد) بنسبة (36%) تكرار (27).
- المرتبة الثانية (متوسط) بنسبة (20) تكرار (15).
- المرتبة الثالثة (كبير جدا) بنسبة (18.7%) تكرار (14).
- المرتبة الرابعة (كبير) بنسبة (16%) تكرار (12).
- المرتبة الخامسة (قليل) بنسبة (9.3%) تكرار (7).

2. مراتب حجم التأثير على القائم بالاتصال في جريدة الصباح:
- المرتبة الأولى (لا يوجد) بنسبة (32.7%) بتكرار (18).
- المرتبة الثانية (متوسط) بنسبة (20) تكرار (11).
- المرتبة الثالثة (كبير جدا) و(كبير) بنسبة (18.2%) تكرار (10).
- المرتبة الرابعة (قليل) بنسبة (10.9)تكرار (6).
3. مراتب حجم التأثير على القائم بالاتصال في جريدة التآخي:
- المرتبة الأولى (لا يوجد) بنسبة (45%) تكرار (9).
- المرتبة الثانية (كبرة جدا) و(متوسط) بنسبة (20%) تكرار (4) لكل منهما.
- المرتبة الثالثة (كبير) بنسبة (10%) تكرار (2).
- المرتبة الرابعة (قليل) بنسبة (5%) تكرار (1).

ب. (حجم تأثير الرموز الدينية على صياغة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية للمضمون الإعلامي) انظر الجدول (8-د-2).

جدول رقم (8-د-2)

يوضح (حجم تأثير الرموز الدينية على صياغة القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية للمضمون الإعلامي).

حجم تأثير الرموز الدينية	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
كبير جدا	11	20	3	4	20	2	16	21.3	3
كبير	6	10.9	4	2	10	3	8	10.7	4
متوسط	18	32.7	1	4	20	2	22	29.3	2
قليل	4	7.3	5	1	5	4	6	8	5
لا يوجد	16	29.1	2	9	45	1	23	30.7	1
كلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

يأتي حجم تأثير الرموز الدينية على صياغة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية للمضمون الإعلامي مرتباً كما يأتي:
1. مراتب حجم التأثير على القائم بالاتصال في الصحافة العراقية

- المرتبة الأولى (لا يوجد) بنسبة (30.7%) تكرار (23).
- المرتبة الثانية (متوسط) بنسبة (29.3%) تكرار (22).
- المرتبة الثالثة (كبيرة جدا) بنسبة (21.3%) تكرار (16).
- المرتبة الرابعة (كبير) بنسبة (10.7%) تكرار (8).

2. مراتب حجم التأثير على القائم بالاتصال في جريدة الصباح:
- المرتبة الأولى (متوسط) بنسبة (32.7%) تكرار (18).
- المرتبة الثانية (لايوجد)بنسبة (29.1%) تكرار (16).
- المرتبة الثالثة (كبيرة جدا) بنسبة (20%) تكرار (11).
- المرتبة الرابعة (كبير) بنسبة (10.9%) تكرار (6).
- المرتبة الخامسة (قليل) بنسبة (7.3%) تكرار (4).

3. مراتب حجم التأثير على القائم بالاتصال في جريدة التآخي:
- المرتبة الأولى (لا يوجد) بنسبة (45%) تكرار (9).
- المرتبة الثانية (كبير جدا) و(متوسط) بنسبة (20%) تكرار (4) لكل منهما.
- المرتبة الثالثة (كبير) بنسبة (10%) تكرار (2).
- المرتبة الرابعة (قليل) بنسبة (5%) تكرار (1).

جـ (حجم تأثير البيئة الإعلامية على صياغة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية للمضمون الإعلامي. أنظر الجدول رقم (8-د-3).

الجدول رقم (8-د- 3)

يوضح (حجم تأثير البيئة الإعلامية على صياغة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية للمضمون الإعلامي).

حجم تأثير البيئة الإعلامية	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
كبير جدا	12	21.8	3	6	30	2	18	24	2
كبير	13	23.6	2	2	10	3	15	20	3
متوسط	14	25.5	1	8	40	1	22	29.3	1
قليل	7	12.7	5	2	10	3	9	12	5
لا يوجد	9	16.4	4	2	10	3	11	14.7	4
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

يأتي حجم تـأثير البيئـة الإعلاميـة عـلى صـياغة القـائم بالاتصـال في الصـحافة العراقيـة للمضمون الإعلامي مرتباً كما يلي:

1. مراتب حجم التأثير على القائم بالاتصال في الصحافة العراقية:
- المرتبة الأولى (متوسط) بنسبة (29.3)تكرار (22).
- المرتبة الثانية (كبير جدا) بنسبة (24%) تكرار (18).
- المرتبة الثالثة (كبير) بنسبة (20%) تكرار (15).
- المرتبة الرابعة (لا يوجد) بنسبة (14.7)تكرار (11).
- المرتبة الخامسة (قليل) بنسبة (12%) تكرار (9).

2. مراتب حجم التأثير على القائم بالاتصال في جريدة الصباح:
- المرتبة الأولى (متوسط) بنسبة (25.5%) بتكرار (14).
- المرتبة الثانية (كبير) بنسبة (23.6%) تكرار (13).
- المرتبة الثالثة (كبير جدا) بنسبة (21.8%) تكرار (12).
- المرتبة الرابعة (لا يوجد) بنسبة (16.4)تكرار (9).
- المرتبة الخامسة (قليل) بنسبة (12.7) تكرار (7).

3. مراتب حجم التأثير على القائم بالاتصال في جريدة التآخي:
- المرتبة الأولى (متوسط) بنسبة (40%) تكرار (8).

- المرتبة الثانية (كبرة جدا) بنسبة (30%) تكرار (6).
- المرتبة الثالثة (كبير) و(قليل) و(لا يوجد) بنسبة (10%) وتكرار (2) لكل منهم.

خامسا: نوع شدة الضغوط التي يواجهها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية.

يواجه القائم بالاتصال في الصحافة العراقية أنواعاً عدة من الضغوط سيبين الجدول الآتي رقم (8-هـ) أنواعها.

الجدول رقم (8-هـ)

يوضح (أنواع شدة الضغوط التي يواجهها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية).

نوع شدة الضغوط	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
ضغوط طفيفة	14	25.5	2	8	40	1	22	29.3	1
لا أتعـــــــرض إلى ضغوط مهنية	16	29.1	1	4	20	3	20	26.7	2
ضغوط مزمنة	12	21.8	4	6	30	2	18	24	3
ضغوط شديدة	13	23.6	3	2	10	4	15	20	4
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

فيما يأتي سنبين أنواع شدة الضغوط التي يواجهها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية مرتبة حسب الجدول رقم (8-هـ) وهي:

- المرتبة الأولى (ضغوط طفيفة) على القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (29.3%) تكرار (22) وفي جريدة التآخي بنسبة (40%) تكرار (8) وللمرتبة نفسها في جريدة الصباح كانت (لا أتعرض إلى ضغوط مهنية) بنسبة (29.1%) وتكرار (16).
- المرتبة الثانية (لا أتعرض إلى ضغوط مهنية) بنسبة (26.7) تكرار (20) وفي جريدة الصباح (ضغوط طفيفة) بنسبة (25.5%) تكرار (14) وفي جريدة التآخي (ضغوط مزمنة) بنسبة (30%) تكرار (6).
- المرتبة الثالثة (ضغوط مزمنة) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (24%) تكرار (18)، وفي جريدة الصباح (ضغوط شديدة) بنسبة (23.6%) تكرار (13).

- المرتبة الرابعة: (ضغوط شديدة) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (20%) تكرار (15) وفي جريدة الصباح (ضغوط مزمنة) بنسبة (21.8%) تكرار (12).

عند تحليل نسب هذه الضغوط ترى المؤلفة إنّ القائم بالاتصال يتعرض في الصحافة العراقية إلى ضغوط عديدة ومتفاوتة الشدة وتختلف أحياناً شدة كل ضغط من جريدة إلى أخرى.

سادسا: تأثير بعض الصعوبات على ممارسة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية داخل الجريدة.

حددت الاستبانة مجموعة من الصعوبات التي يتعرض لها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية فكانت إجابات القائمين بالاتصال عنها كما في الجدول (8- و) وهي:

الجدول (8-و)

يوضح (بعض الصعوبات على ممارسة القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية داخل الجريدة).

تأثير الصعوبات على ممارسة القائم بالاتصال	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
مسائل المعيشة المختلفة	6	10.9	5	7	35	1	13	17.3	1
عدم وجود قانون واضح يفرق بين الحرية ومسؤولية العمل الصحفي	12	21.8	1	-	-	-	12	16	2
الضغوط الدينية والاجتماعية	11	20	2	-	-	-	11	14.7	3
عدم تقدير الصحفي كما يجب	9	16.4	3	2	10	3	11	14.7	3
بيروقراطية الإدارة	8	14.6	4	2	10	3	10	13.3	4
غياب الاستقرار الوظيفي	3	5.5	7	4	20	2	7	9.3	5
قيود حرية التعبير	4	7.3	6	2	10	3	6	8	6
المشكلات داخل المؤسسات الوظيفية	2	3.6	8	2	10	3	4	5.3	7
ضغوط منظمات المجتمع المدني والمعلنين	-	-	-	1	5	4	1	1.3	8
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

يأتي تأثير الصعوبات على ممارسة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية داخل الجريدة مرتبة كما اشرها الجدول (8- و) وهي:

- المرتبة الأولى (مسائل المعيشة المختلفة) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (17.3%) تكرار (13) ولجريدة التآخي بنسبة (35%) تكرار (7) وكانت هذه المرتبة في جريدة الصباح لـ(عدم وجود قانون واضح يفرق بين الحرية ومسؤولية العمل الصحفي) بنسبة (21.8%) تكرار (8).
- المرتبة الثانية (عدم وجود قانون يفرق بين الحرية ومسؤولية العمل الصحفي) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (16%) تكرار (12) ولجريدة الصباح فقط بالمرتبة نفسها (الضغوط الدينية والاجتماعية) بنسبة (20%) وتكرار (11).
- المرتبة الثالثة (عدم تقدير الصحفي كما يجب) و(الضغوط الدينية والاجتماعية) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (14.7%) وتكرار (11) لكل منهما. ولجريدة الصباح (الصعوبة الأولى) بنسبة (16.4%) تكرار (9) و(لنفس الصعوبة) في جريدة التآخي فضلا عن (بيروقراطية الإدارة) و(قيود حرية التعبير) و(المشكلات داخل المؤسسات الوظيفية) بنسبة (10%) وتكرار (2) لكل منها.
- المرتبة الرابعة (بيروقراطية الإدارة) بنسبة (13.3%) تكرار (10) وفي جريدة الصباح فقط بنسبة (14.6%) تكرار (8) وفي نفس المرتبة لجريدة التآخي (ضغوطات منظمات المجتمع المدني) بنسبة (5%) وتكرار (1).
- المرتبة الخامسة (غياب الاستقرار الوظيفي) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (19.3%) تكرار (7) ولنفس المرتبة في جريدة الصباح (مسائل المعيشة المختلفة) بنسبة (1.9%) تكرار (6).
- المرتبة السادسة (قيود حرية التعبير) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (8%) تكرار (6) وفي جريدة الصباح فقط بنسبة (7.3%) وتكرار (4).
- المرتبة السابعة (المشكلات داخل المؤسسات الوظيفية) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (5.3%) تكرار (4) ولنفس المرتبة في جريدة الصباح فقط (غياب الاستقرار الوظيفي) بنسبة (5.5%) تكرار (3).
- المرتبة الثامنة (ضغوط المجتمع المدني والمعلنين) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (1.3%) تكرار (1) ولنفس المرتبة في جريدة الصباح فقط (المشكلات داخل المؤسسات الوظيفية) بنسبة (3.6%) وتكرار (2).

المبحث الثاني

ضغوط السياسة الإعلامية التي يتعرض لها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية وموقفهم منها

أولاً: انتماء القائم بالاتصال في الصحافة العراقية إلى الجهات السياسية.

توضح الاستبانة في هذا المجال هل ان القائم بالاتصال في الصحافة العراقية منتم إلى جهة سياسية ما أم لا انظر الجدول رقم (9- أ).

الجدول رقم (9-أ)

يوضح (انتماء القائم بالاتصال في الصحافة العراقية الى الجهات السياسية).

انتماء القائم بالاتصال	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
غير منتم	54	98.2	1	14	70	1	68	90.7	1
منتم	1	1.8	2	6	30	2	7	9.3	2
كلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

بين القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية موقفهم من الانتماء الى الأحزاب السياسية بما يلي مرتبة حسب الجدول رقم (9-أ)

- المرتبة الأولى (غير منتم) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (90.7%) تكرار (68) وجريدة الصباح بنسبة (98.2%) تكرار (54) وجريدة التآخي بنسبة (70%) تكرار (14).
- المرتبة الثانية (منتم) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (9.3%) تكرار (7) وفي جريدة الصباح بنسبة (1.8%) تكرار (1) وجريدة التآخي بنسبة (30%) تكرار (6).
- ترى المؤلفة ان انتماء الصحفيين إلى جهة سياسية قد تؤدي إلى أن يؤثر وضعهم السياسي على موضوعيتهم.

ثانيا: هل يؤثر الاتجاه السياسي للقائمين بالاتصال على أدائهم الإعلامي في الجريدة.

أجاب القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية الذين لهم انتماء سياسي بنسبة (9.3%) وتكرار (7) حسب الجدول (9- أ). وفيما يأتي سنستطلع فيما إذا كان هذا الانتماء يؤثر على الأداء الإعلامي لهم أم لا (أنظر الجدول رقم (9-أ-1).

الجدول رقم (9-أ- 1)

يوضح (هل يؤثر الاتجاه السياسي للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية على أدائهم الإعلامي في الجريدة).

تأثير الانتماء على الإعلامي	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
لا	1	100	1	3	50	1	4	57	1
نعم	-	-	-	3	50	1	3	43	2
الكلي	1	100	1	6	100	-	7	100	-

نعرض فيما يأتي بالترتيب فيما إذا كان الانتماء السياسي للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية يؤثر على الأداء الإعلامي لهم في الجريدة أم لا حسب النتائج في الجدول (9-أ-1) وهي:

- المرتبة الأولى (لا يؤثر) على القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (57%) تكرار (57) ففي جريدة الصباح بنسبة (100) وتكرار (1) وجريدة التآخي بنسبة (50) تكرار (3).
- المرتبة الثانية (يؤثر) على القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (43%) تكرار (3) وفي جريدة التآخي فقط بنسبة (50%) وتكرار (3).

ترى المؤلفة أن هناك تأثيراً سياسياً على الأداء الإعلامي حسب معطيات الاستبانة للمنتمين إلى اتجاه سياسي ولاسيما لجريدة التآخي لأنها جريدة سياسية.

ثالثا: هل للجريدة التي يعمل فيها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية اتجاه سياسي يؤثر على أدائهم الإعلامي أم لا.

يبين الجدول الآتي رقم (9-ب) هل للاتجاه السياسي للجريدة على القائم بالاتصال في الصحافة العراقية أم لا.

الجدول رقم (9-ب)

يوضح (هل للجريدة التي يعمل فيها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية اتجاه سياسي يؤثر على أدائهم الإعلامي أم لا).

تأثير الاتجاه السياسي للجريدة	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
لا	47	85.5	1	3	15	2	50	66.9	1
نعم	8	14.5	2	17	85	1	25	33.3	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

يجيب القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية حول هل للاتجاه السياسي للجريدة تأثير على أدائهم الإعلامي أم لا مرتبة كما يأتي انظر الجدول رقم (9-ب).

- المرتبة الأولى (لا) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (66.9%) تكرار (50) وجريدة الصباح بنسبة (85.5%) تكرار (47) وبنفس المرتبة الجريدة التآخي (نعم) بنسبة (85%) تكرار (17).
- المرتبة الثانية (نعم) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (33.3%) تكرار (25) ولجريدة الصباح بنسبة (14.5%) تكرار (8) وبنفس المرتبة لجريدة التآخي (لا) بنسبة (15%) تكرار (3).

وترى المؤلفة أنّ إجابات القائمين بالاتصال في جريدة الصباح بانها مستقلة استندت إلى أنها عائدة (لمجلس النواب العراقي) عدا (14.5%) تكرار (7) يرون عكس ذلك فهم يرون ان اتجاه المسؤول عليها يؤثر على الأداء الإعلامي. في حين أجاب القائمون بالاتصال في جريدة التآخي بان لها تأثير سياسي على الأداء الإعلامي لأنها جريدة سياسية عدا نسبة هم المسؤولون عنها ليدعو حرية التعبير فيها.

رابعا: الصيغ التي تتدخل الجريدة فيها للتأثير على القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية.

يورد الجدول التالي رقم (9-ب-1) الصيغ التي تتدخل الجريدة فيها للتأثير على القائمين بالاتصال فيها بالنسبة إلى (33.3%) تكرار (25) من الذين أجابوا بنعم في الجدول السابق رقم (9-ب).

الجدول رقم (9-ب-1)

يوضح (الصيغ التي تتدخل فيها الجريدة على القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية).

صيغ تدخل الجريدة بالتأثير على القائم بالاتصال	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
التعليمات	-	-	-	-	-	-	-	-	-
الرقابة	-	-	-	-	-	-	-	-	-
الاشراف العام	-	-	-	-	-	-	-	-	-
الصيغ جميعها	8	100	1	17	100	1	25	100	1
الكلي	8	100	1	17	100	-	25	100	-

فيما يأتي الصيغ التي تتدخل فيها الجريدة للتأثير على القائم بالاتصال في الصحافة العراقية مرتبة حسب الجدول رقم (9-ب-1).

- المرتبة الأولى فقط كانت (للصيغ جميعها) الواردة في الجدول وهي (التعليمات) و(الرقابة) و(الاشراف العام) بنسبة (100%) وتكرار (25) للقائمين بالاتصال جميعهم في الصحافة العراقية.

خامسا: نوع السياسة الإعلامية للجريدة التي يعمل فيها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية.

يورد الجدول رقم (9-ج) نوع السياسة الإعلامية للجريدة التي يعمل فيها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية.

الجدول رقم (9-ج)

يوضح (نوع السياسة الإعلامية للجريدة التي يعمل فيها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية).

نوع السياسة الإعلامية	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
محايدة	47	85.5	1	3	15	2	50	66.7	1
متحيزة لجهة معينة	8	14.5	2	17	85	1	25	33.3	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

لكل جريدة سياسة إعلامية محددة. يبين الجدول رقم (9-ج) نوع السياسة الإعلامية للجريدة التي يعمل فيها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية مرتبة كما يأتي:

- المرتبة الأولى (محايد) عند القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (66.7%) تكرار (50) ولجريدة الصباح بنسبة (85.5%) تكرار (47) وجريدة التآخي جاءت بالمرتبة نفسها (متحيزة لجهة معينة) بنسبة (85%) تكرار (17).
- المرتبة الثانية (متحيزة لجهة معينة) عند القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (33.3%) تكرار (25). ولجريدة الصباح بنسبة (14.5%) تكرار (8) وبالمرتبة نفسها لجريدة التآخي كانت (محايدة) بنسبة (15%) تكرار (3).

وهذا يعني ان الجريدة التي لها اتجاه سياسي ستكون حتما متحيزة لاتجاهها والجريدة المستقلة ستكون محايدة.

سادسا: رأي القائم بالاتصال في الصحافة العراقية في السياسة الإعلامية التي تتبعها الجريدة التي يعمل فيها.

يأتي فيما يلي رأي القائم بالاتصال في الصحافة العراقية في السياسة الإعلامية للجرائد حسب الجدول رقم (9-د).

الجدول رقم (9-د)

يوضح (رأي القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في السياسة الإعلامية التي تتبعها الجريدة التي يعملون فيها).

رأي القائم بالاتصال بالسياسة الإعلامية	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
اتفق معها جدا	15	27.3	2	6	30	1	21	28	2
اتفق معها	11	20	3	4	20	2	15	20	3
اتفق معها إلى حد ما	20	36.4	1	6	30	1	26	34.7	1
لا اتفق	6	10.9	4	1	5	4	7	9.3	4
لا رأي لي	3	5.5	5	3	15	3	6	8	5
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

يبين الجدول رقم (9-د) رأي القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في السياسة الإعلامية للجرائد التي يعملون فيها مرتبة كما يأتي:

- المرتبة الأولى (اتفق معها إلى حد ما) للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (34.7%) تكرار (26)، لجريدة الصباح بنسبة (36.4%) تكرار (20) ولجريدة التآخي بنسبة (30%) تكرار (6) وجاء عندها بالمرتبة نفسها (اتفق معها جدا).
- المرتبة الثانية (اتفق معها جدا) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (38%) وتكرار (21) ولجريدة الصباح بنسبة (27.3%) تكرار (15) وللمرتبة نفسها في جريدة التآخي (اتفق معها) بنسبة (20%) تكرار (4).
- المرتبة الثالثة (اتفق معها) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (20%) تكرار (15) والجريدة الصباح بنسبة (20%) تكرار (11). وبالمرتبة نفسها في جريدة التآخي (لا رأي لي) بنسبة (15.3%) تكرار (3).

- المرتبة الرابعة (لا اتفق) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (9.3%) تكرار (7) ولجريدة الصباح بنسبة (10.9%) تكرار (6) والجريدة التآخي بنسبة (5%) تكرار (1).
- المرتبة الخامسة (لا رأي لي) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (8%) تكرار (6) ولجريدة الصباح بنسبة (5.5%) تكرار (3).

سابعا: أسباب عدم اتفاق القائم بالاتصال في الصحافة العراقية مع السياسة الإعلامية للجريدة التي يعمل فيها.

كانت نسبة (لا اتفق) مع السياسة الإعلامية للجريدة (9.3%) تكرار (7) حسب الجدول رقم (9-د) فيما يأتي أسباب بيان عدم الاتفاق. (انظر الجدول رقم (9-د-1).

الجدول رقم (9-د-1)

يوضح (أسباب عدم اتفاق القائم بالاتصال في الصحافة العراقية مع السياسة الإعلامية للجريدة التي يعمل فيها).

أسباب عدم الاتفاق	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
عدم دقة اختيار رؤساء التحرير	3	50	1	-	-	-	3	42.9	1
ضعف رؤساء التحرير	2	33.3	2	-	-	-	2	28.6	2
استغلال سلطة رئيس التحرير	1	16.7	3	1	100	1	2	28.6	2
الكلي	6	100	-	1	100	1	7	100	-

كانت هناك أسباب عدة للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية التي لايتفق فيها مع السياسة الإعلامية للجريدة التي يعمل فيها نوردها مرتبة حسب الجدول (9-د-1).

- المرتبة الأولى (عدم دقة اختيار رؤساء التحرير) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (42.9%) تكرار (3)، ولجريدة الصباح فقط بنسبة (50%) تكرار (3).

- المرتبة الثانية (ضعف رؤساء التحرير) و(استغلال سلطة رئيس التحرير) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (28.6%) تكرار (2) لكل منهما ولجريدة التآخي بنسبة (100%) تكرار (1) للسبب الثاني.
- المرتبة الثالثة (استغلال سلطة رئيس التحرير) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية في جريدة الصباح فقط بنسبة (16.7) تكرار (1).

تدلل هذه النتائج ان أهم الأسباب بعدم الاتفاق هي فيما يتعلق برئيس التحرير في الجريدة.

ثامنا: هل يمتلك القائم بالاتصال في الصحافة العراقية حرية نقد طريقة العمل في الجريدة.

يبين الجدول رقم (9-هـ) (بنعم) أو (لا) امتلاك القائم بالاتصال في الصحافة العراقية نقد طريقة عمل جريدته وكما يأتي:

الجدول رقم (9-هـ)

يوضح (هل يمتلك القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية حرية نقد طريقة عمل الجريدة التي يعمل فيها).

امتلاك القائم بالاتصال حرية النقد	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
نعم	40	72.7	1	12	60	1	52	69.3	1
لا	15	27.3	2	8	40	2	23	30.7	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

تأتي الإجابة مرتبة حول امتلاك حرية نقد طريقة عمل الجريدة التي يعمل فيها القائم بالاتصال في الصحافة العراقية وهي حسب الجدول رقم (9- هـ):

- المرتبة الأولى (نعم) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (69.3%) تكرار (52) ولجريدة الصباح بنسبة (72.7%) تكرار (40) ولجريدة التآخي بنسبة (60%) تكرار (12).
- المرتبة الثانية (لا) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (30.7%) تكرار (23) ولجريدة الصباح بنسبة (27.3%) تكرار (15) ولجريدة التآخي (40%) تكرار (8).

تاسعا: معارضة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بعض التعليمات الصادرة من الجريدة التي يعمل فيها.

هل يعارض القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية التي يعملون فيها بعض تعليمات جريدتهم كانت إجابتهم (بنعم) أو (لا) حسب الجدول الآتي رقم (9- و).

الجدول رقم (9-و)

يوضح (معارضة القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بعض التعليمات الصادرة من الجريدة التي يعملون فيها).

معارضة القائم بالاتصال للتعليمات	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
لا	43	78.2	1	17	85	1	60	80	1
نعم	12	21.8	2	3	15	2	15	20	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

أجاب القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية بنعم أو لا حول إمكانية معارضتهم لبعض تعليمات جرائدهم مرتبة حسب الجدول الآتي رقم (9-و).

- المرتبة الأولى (لا) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (80%) تكرار (60) ولجريدة الصباح بنسبة (78.2%) تكرار (43) ولجريدة التآخي بنسبة (85%) تكرار (17).
- المرتبة الثانية (نعم) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (20%) تكرار (15) لجريدة الصباح بنسبة (21.8%) تكرار (12) وجريدة التآخي بنسبة (15%) تكرار (3).

عاشرا: أسباب معارضة القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بعض التعليمات الصادرة من الجريدة.

الجدول السابق رقم (9-و) وضح أن نسبة (20%) تكرار (15) من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية يعارضون أحيانا بعض التعليمات الصادرة من جرائدهم، وفيما يأتي أسباب ذلك كما في الجدول رقم (9-و-1).

الجدول رقم (9- و-1)

يوضح (أسباب معارضة القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بعض التعليمات الصادرة من جرائدهم).

أسباب معارضة القائم بالاتصال قرارات الجريدة	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
وجود بعض القرارات غير المهنية	9	75	1	-	-	-	9	60	1
التضمين السياسي لبعض القرارات	3	25	2	-	-	-	3	20	2
عند الشعور بان القرارات لا تتلاءم مع الاتجاه الوطني	-	-	-	3	100	1	3	20	2
الكلي	12	100	-	3	100	-	15	100	

فيما يأتي أسباب معارضة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية لبعض تعليمات جرائدهم مرتبة حسب الجدول رقم (9-و-1) وهي:

- المرتبة الأولى (وجود بعض القرارات غير المهنية) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (60%) تكرار (9) ولجريدة الصباح فقط (75.9%) تكرار (9). ولجريدة التآخي (عند الشعور بان القرارات لا تتلاءم مع الاتجاه الوطني) بنسبة (100%) تكرار (3).
- المرتبة الثانية (التضمين السياسي لبعض القرارات) و(عند الشعور بان القرارات لا تتلاءم مع الاتجاه الوطني) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (20%) تكرار (3)، وفي جريدة الصباح فقط للسبب الأول بنسبة (25%) تكرار (3).

حادي عشر: هل تسمح طبيعة عمل القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية تقديم مبادرات واقتراحات لتطوير نمط السياسة الإعلامية في الجريدة

سنسلط الضوء على قدرة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بتقديم المبادرات والمقترحات لجرائدهم فيما يأتي انظر الجدول رقم (9-ز).

الجدول رقم (9- ز)

يوضح (هل تسمح طبيعة عمل القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية: تقديم مبادرات واقتراحات لتطوير نمط السياسة الإعلامية في الجريدة).

قدرة القائم بالاتصال بتقديم المبادرات والاقتراحات	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
نعم	38	69.1	1	12	60	1	50	66.7	1
لا	17	30.9	2	8	40	2	25	33.3	2
الكلي	55	100	-	20	100	-	75	100	-

تأتي الإجابات مرتبة (بنعم أو لا) حول قدرة القائم بالاتصال تقديم المبادرات والمقترحات إلى جريدته لتطوير نمط سياستها الإعلامية وهي حسب الجدول رقم (9- ز) كما يأتي:

- المرتبة الأولى (نعم) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (66.7%) تكرار (50) ولجريدة الصباح بنسبة (69.1%) تكرار (38) وجريدة التآخي بنسبة (60%) تكرار (12).
- المرتبة الثانية (لا) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (33.3%) تكرار (25) ولجريدة الصباح بنسبة (30.9%) تكرار (17) وجريدة التآخي بنسبة (40%) تكرار (8).

اثنا عشر: موقف المسؤول المباشر في الجريدة من مبادرات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية.

تأتي الإجابة عن موقف المسؤول المباشر للجريدة من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية الذين أجابوا بنعم في الجدول السابق رقم (9-ز) والذين هم بنسبة (66.7%) تكرار (50) وكما هي موضحة في الجدول الآتي رقم (9-ز-1).

الجدول رقم (9-ز-1)

يوضح (موقف المسؤول المباشر في الجريدة من مبادرات القائم بالاتصال في الصحافة العراقية).

الموقف من المبادرات الاقتراحات	الصباح			التآخي			الكلي		
	ت	%	م	ت	%	م	ت	%	م
المحاورة (المداولة)	20	52.6	1	6	50	1	26	52	1
القبول	12	31.6	2	3	25	2	15	30	2
الإهمال	3	7.9	3	3	25	2	6	12	3
الرفض	3	7.9	3	-	-	-	3	6	4
الكلي	38	100	-	12	100	50	50	100	-

تأتي الإجابات مرتبة حول موقف المسؤول المباشر في الجريدة من مبادرات القائم بالاتصال في الصحافة العراقية حسب الجدول رقم (9-ز-1) وهي:

- المرتبة الأولى (المحاورة المداولة) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (52%) تكرار (26)، ولجريدة الصباح (52.6%) تكرار (20) وجريدة التآخي بنسبة (50%) تكرار (6).
- المرتبة الثانية (القبول) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (30%) تكرار (15)، ولجريدة الصباح بنسبة (31.6%) تكرار (12)، وجريدة التآخي بنسبة (25%) تكرار (3) ويأتي بالمرتبة نفسها لها (الإهمال).
- المرتبة الثالثة (الإهمال) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية بنسبة (12%) وتكرار (6) ولجريدة الصباح فقط بنسبة (7.9%) تكرار (3) ويأتي بالمرتبة نفسها لها (الرفض).

- المرتبة الرابعة (الرفض) للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية فقط بنسبة (6%) تكرار (3).

الخاتمة

* الاستنتاجات:

أجاب البحث عن أهداف وتساؤلات البحث جميعها وقد تضمن نتائج عديدة جدا بين طياته بعد بحث مضن استغرق من الوقت والجهد والمعاناة الكثير وفي خاتمة المطاف نعرض أهم الاستنتاجات التي توصلت لها المؤلفة والتي تجيب عن الأهداف التي رسمت لهذا البحث وهي:

أولاً: استنتاجات عامة تتعلق بالواقع الظاهر للقائم بالاتصال وبالصحافة العراقية وهي:

أ. وجدت المؤلفة أنّ هناك تفاوتا كبيرا في حجم القائمين بالاتصال بين فئة الصحفيين وفئة الصحفيات في المؤسسات الإعلامية الصحفية في العراق ونرى هذا سائد فيها حصرا ليس في العراق بل في الدول العربية جميعها وحسبما اطلعنا عليه من الدراسات والبحوث الإعلامية الأُخرى.

ب. تمتد أعمار القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية على مساحة زمنية لخمسة عقود من الزمن يأتي حجم الشباب منها بالمرتبة الثالثة، مما تمكن هذه الظاهرة من الإفادة من التجارب وخبرات بعضهم البعض ومقارنتها تاريخيا واستثمار معطياتها.

ج. لوحظ عن طريق البحث أن هناك تخصصات كثيرة تعمل في الصحافة العراقية لا علاقة لها بالعمل الصحفي فضلا عن ان شهاداتها لا تؤهلها للعمل الصحفي وكان تخصص القائمين بالاتصال في المجال الإعلامي لا يتجاوز 24% من مجموع التخصصات العلمية الأُخرى والذين هم من فئة الشباب.

د. لا يدل التعيين في الصحافة العراقية وتوزيع المواقع الإدارية وعناوين العمل على انه يستند إلى الأسس العلمية والمهنية السليمة ولا يتناسب مع كفاءة وحاجة الجرائد التي يعمل فيها القائمون بالاتصال، وكذلك عدم تناسب الموضوعات التي يتناولونها مع اهتماماتهم الصحفية والمهنية.

هـ. إن جزءا كبيرا من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية لا يعمل على الملاك الدائم وان قسما منهم من الذين يعملون في مؤسسات أُخرى إعلامية أو غير إعلامية مما ينعكس سلبا على أدائهم الإعلامي. وقد كان سبب ذلك قلة المردودات المالية لهم أو انها كانت غير مجزية.

ثانيا: أخلاقيات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية وما يؤثر بها سلبا أو إيجابا:

أ. يرغب القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية الالتزام بأخلاقيات العمل الصحفي بشكل دقيق كما أنهم ينقدون السلوك المهني للذين لا يتلزمون بها ولاسيما فيما يتعلق بالموضوعية والكفاءة المهنية.

ب. إن تسلل عدد من الدخلاء على مهنة الصحافة الذين يفتقرون إلى التخصص العلمي من الأسباب التي أثرت سلبا على الأداء الصحفي للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في المجالات كلها.

ج. اثر الموقع الذي يعمل فيه القائم بالاتصال في الصحافة العراقية سلبا أو إيجابا على أدائه المهني، وكان التأثير الايجابي هو السائد فيه، وقد جاء التأثير السلبي عن طريق ذوي المواقع الصحفية المفروضة عليهم من قبل إدارة الجريدة مما حرمهم من فرصة التواصل الإعلامي وفرض التغطية الصحفية.

ثالثا: الاتجاهات والاعتبارات المهمة للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية للمادة الصحفية:

أ. توصيف القائم بالاتصال للفنون الصحفية كان غير علمي غير دقيق من الناحية الفنية، فكان أغلبهم لا يفرقون بين (فن الحديث الصحفي) و(فن التحقيق الصحفي) أو (الاستطلاع الصحفي) وهناك إشارات مفصلة في متن البحث حول هذا الموضوع.

ب. يرغب كثير من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بالكتابة في الفنون الصحفية جميعها وعدم التقيد بفن جرائدي محدد.

ج. أثرت أخلاقيات المهنة والسياسات الإعلامية على صياغة الرسائل الاتصالية للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية.

د. يعاني قسم محدد من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية من عدم نشر رسائلهم الاتصالية كما هي لأسباب فنية أو بسبب استغلال رؤسائهم سلطة الموقع الإداري الذي يتمتعون به أو لعدم التطابق مع السياسة الإعلامية للجريدة.

هـ. يستجيب اغلب القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية للتوجيهات وتصحيح الأداء الفني الصحفي والإعلامي وهناك نسبة محدودة لا ترغب بالاستجابة لها.

ز. يعتمد عدد كبير جدا من القائمين بالاتصال على استقاء معلوماتهم من (الانترنيت) أكثر منه من المصادر الأُخرى لاستسهال الحصول على المعلومات الجاهزة بدون عناء أو جهد.

رابعا: إعداد وتدريب القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية ومدى إفادتهم من التطورات التكنولوجية:

أ. يرغب العدد الكبير من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بالتدريب الإعلامي والمهني ويسعون للحصول على فرص التدريب، ولكن بالمقابل هناك نسب لا يستهان بها ما زال لايرى أهمية للتدريب المهني في تطوير مهاراتهم الاتصالية.

ب. لم يحظ العدد الكبير من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بفرص التدريب على الرغم من رغبتهم في الحصول عليها وتتقدم في بعض الجرائد ولاسيما دورات التدريب خارج البلاد. وقد لوحظ تمتع الكثير من القائمين بالاتصال أو الإداريين بفرص تدريب متعددة داخل العراق وخارجه بشكل غير عادل.

ج. إن فرص التدريب التي حصل عليها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية لا تعبر عن حاجاتهم الفعلية من الناحية المهنية وقد أهملت جوانب كثيرة جدا مما يحتاجها القائمون بالاتصال يأتي من أبرزها نشاطات تغطية الانتخابات وكيفية التعامل مع استطلاعات الرأي العام والإفادة من معطياتها.

د. تتفاوت بشكل كبير نسبة استخدام الحاسوب وتصفح الانترنيت من قبل القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية من جريدة إلى أُخرى، فضلا عن عدم أمكانية استخدامها في بعض الجرائد رغم إجادتهم لها.

خامسا: طبيعة علاقة القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بالجمهور وبمصادر المعلومات وانعكاسها على الممارسة الإعلامية:

أ. طبيعة علاقة القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بالجمهور:

ان تفاعل القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية مع الجمهور والتغذية العكسية تحتاج إلى مزيد من الجهد لتعزيز العلاقة بينها وتفعليها، وقد تبين ان العلاقة بينهما لم ترتق المستوى المطلوب نوعا وحجما.

لاحظت المؤلفة- على الرغم مما ذكر فيما سبق- أنّ القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية يحاولون مراعاة اتجاهات واهتمامات الجمهور عند كتابة رسائلهم الاتصالية الموجهة له على وفق تصوراتهم الذاتية عنه.

ب. علاقة القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية مع مصادر المعلومات:

تتسم علاقة القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية مع مصادر معلوماتهم بالتعاون المشترك بنسبة كبيرة في المواقف التي يطلبون فيها المعلومات منهم، ولكن بنسبة قريبة إلى ذلك- يعتمد القائمون بالاتصال على أنفسهم دون اللجوء الى الجهات التي لديها المعلومات.

يدلل ذلك على حاجة القائمين بالاتصال إلى تنظيم العلاقة مع مصادر المعلومات بشكل أفضل من الواقع الذي يتعاملون به.

سادسا: حقوق وضمانات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية ومدى تمتعهم بها:

أ. ما زال انتماء نسبة كبيرة من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية وممن يعملون فعلا في الجرائد والمؤسسات الإعلامية غير محسوم الى نقابة الصحفيين العراقيين ولم يحددوا مواقفهم منها بعد. ويرى الكثير من المنتمين منهم إلى نقابة الصحفيين بانها لم تقدم لهم شيئا مهما سوى الوعود التي -ان تحققت- تأتي بعد أعوام طويلة من الترقب والعناء أو لا تأتِ نهائياً.

ب. نستدل من مجريات البحث أنّ القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية يعيشون بمستوى معيشي منخفض جدا أو متوسط على وفق سقف الرواتب في الجرائد العراقية.

ج. لا يثق القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية بقدرة نقابة الصحفيين ولا بمنظمات المجتمع المدني في تخفيف الضغوط التي يتعرضون لها لضعفها وضعف عناصرها القيادية أحيانا أو لأسباب خارجة عن إرادتها أحيانا أُخرى.

د. يعتقد القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية بانهم لا يتمتعون بحقوق اجتماعية وإنسانية بشكل سليم عدا الحقوق والامتيازات الوظيفية في العمل في مؤسساتهم الصحفية كأي موظف في الدولة.

هـ. ان جل القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية يدعون إلى ضرورة إيجاد ميثاق عمل وشرائع وقوانين مهنية وأخلاقية تحكم وتنظم العمل الإعلامي لهم.

سابعا: الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال في الصحافة العراقية ومدى انعكاسه على أدائهم الإعلامي:

أ. نستنتج ان نسبة كبيرة من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية من الذين مارسوا مهنة الصحافة للشهرة والمركز الاجتماعي والمتعة والإثارة أو للحصول على فرصة عمل أكثر من الذين جاؤوا إلى مهنة الصحافة بسبب التخصص العلمي الإعلامي والصحفي.

ب. نستنتج أنه ليس فقط- العمل المميز هو الأساس بالمكافأة التي يتمتع بها القائمون بالاتصال عند أداء عملهم المهني بل ان هناك بعض العوامل الأُخرى التي تتحكم في ذلك منها العلاقات

الشخصية وبعض الاعتبارات غير المعروفة لديهم، كما يدلل شعور القائمين بالاتصال على عدم رضاهم عن أساليب المكافأة المتبعة في الجرائد لعدم وجود أسس مهنية محددة في صرفها.

ج. تذبذب درجات الرضا الوظيفي عن الأداء الإعلامي للقائمين بالاتصال من جريدة إلى أُخرى وبحسب عائدية الجريدة ومن يمتلكها لأنه هو الذي يتحكم بضوابط عملها.

د. ترى الغالبية العظمى من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية على الرغم من عدم رضاهم في كثير من الأمور الاقتصادية والمعيشية وأساليب التعامل معهم في مؤسساتهم الصحفية أن هناك عوامل ايجابية تحقق الرضا الوظيفي لهم منها التقدير المعنوي وأحياناً توفر فرص التدريب، والمكانة الاجتماعية فضلا عن التقدير الإداري والتشجيع والحافز المادي ولو بشكل محدود.

هـ. يعاني القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية من الإهمال والضغوط الأمنية وتدخل الأحزاب والقوى السياسية والرقابة وشيوع المحسوبية والمنسوبية في التعيين مما أدى بسببها إلى تعيين عدد كبير لا تتجاوز خدمتهم الأشهر على الملاك الدائم ويرزح الكثير منهم من الذين تتجاوز خدمتهم سنوات عدة بالعمل على نظام العقد في الجريدة ولا سيما الجرائد التي تمول عن طريق الدولة. مما أدى ذلك جميعه إلى التنافس غير المشروع.

و. يرغب عدد كبير من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية بترك العمل الصحفي فيما لو حصلوا على فرص عمل مجزية أكثر من عملهم في الصحافة وذات مردود اقتصادي ومعيشي أفضل.

ثامنا: الضغوط المهنية التي يتعرض لها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية:

أ. يعاني القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية من ضغوط رؤساء العمل على الرغم من انعدام الخبرة المهنية والإدارية للبعض منهم، ولدى البعض الآخر معاناة من ضغوط ذاتية والخوف من التعرض للمساءلة القانونية.

كما يعاني القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية من ضغوط الإمكانات الفنية والتكنولوجية، وأحيانا يعانون من انعدام روح التعاون مع زملاء المهنة، ومصادر المعلومات.

ب. يستطيع القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية مواجهة الضغوط التي يتعرضون لها ويعانون منها وتحديها في أحيان كثيرة ولكنهم لا يستطيعون مواجهتها في الأوقات كلها.

ج. يتأثر القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية بالرموز السياسية والدينية والبيئة الإعلامية في صياغة المضمون الاتصالي للرسائل الموجهة إلى الجمهور.
د. تختلف شدة الضغوط التي يواجهها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية من جريدة إلى أُخرى فهناك ضغوط مهنية شديدة أو طفيفة في جريدة معينة لا يعاني منها الآخرون في جريدة أُخرى بالشدة نفسها مما يؤثر هذا التفاوت بشدة الضغوط على أوضاعهم النفسية وكفاءتهم وأدائهم الصحفي اليومي.

تاسعا: ضغوط السياسة الإعلامية التي يتعرض لها القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية وموقفهم منها:
أ. يؤثر الانتماء السياسي للقائمين بالاتصال في الصحافة العراقية أو ميولهم إلى جهة معنية على أدائهم الصحفي وعلى مضمون رسائلهم الاتصالية.
كما يؤثر الاتجاه السياسي للجريدة على القائمين بالاتصال بشكل محسوم لصالحها وهذا هو السائد في الصحافة العراقية وقت إجراء البحث على الجرائد العراقية.
ب. تعد الصيغ الأكثر شيوعا في التأثير على القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية في الجرائد التي يعملون فيها التعليمات والرقابة والإشراف العام المباشر على مضامين رسائلهم الاتصالية مما يجعل سير الأداء الإعلامي للجرائد العراقية التي لها ولاء سياسي متحيزة إلى جهاتها السياسية، اما الجرائد التي ليس لها ولاء سياسي أو التي لاتمول عن طريق الدولة يظهر التميز في مضامين الرسائل الاتصالية للقائمين بالاتصال وحسب ولاءاتهم.
ج. يحاول القائمون بالاتصال في الصحافة العراقية التعبير عن آرائهم ونقد طريقة العمل في الجريدة وتقديم المبادرات والمقترحات لتطوير نمط السياسة الإعلامية فيها يصل أحيانا إلى حد معارضة التعليمات الصادرة أليهم ونقدها، وتلقى هذه الممارسات مواقف متعددة ومتفاوتة من قبل رؤسائهم تتحدد بالقبول أحيانا وبالرفض والإهمال أحيانا أُخرى.
د. لا توجد القوانين والتشريعات التي تنظم عناصر العملية الاتصالية والصحفية في الصحافة العراقية يمكن ان تكوّن سبلا ليتعامل معها القائمون بالاتصال معها في سلوكهم الاتصالي والمهني في العراق.

* التوصيات والمقترحات

ارتأت المؤلفة بناءً على النتائج التي توصل إليها واستنتاجاتها الموضوعية لمعطيات البحث ان توصي ببعض التوصيات المهمة لمجمل العملية الاتصالية المهنية في العراق.

أولاً- توسيع دائرة تعيين الشباب من خريجي المؤسسات الأكاديمية الإعلامية لما يتمتعون به من قدرة علمية حديثة ونشاط وحيوية وزجها في العمل الصحفي

ثانيا- إعادة النظر في توزيع عناوين العمل الصحفي في المؤسسات الإعلامية والمحافظة على توازنها، واستحداث العناوين غير الموجودة فيها ومراعاة اهتمام القائم بالاتصال في العمل الصحفي وفق رغبته وتخصصه،وكذلك فيما يخص الموضوعات المتداولة في الصحافة العراقية وملاءمتها مع اهتمام القائم بالاتصال مع مراعاة تنمية المواضيع التي لم يهتم بتداولها وتوسيع تغطيتها

ثالثا- زج القائمين بالاتصال في الحصول على المعلومات من مصادرها الحقيقية في مواقع الاحداث أو من مظانها الأصلية وتقليل الاعتماد الفائق للحصول عليها من (الانترنيت) وهذا من شأنه تنمية أدائه الفني والإعلامي وقدرته على تقويم المعلومات بشكل موضوعي يتسم بالمصداقية

رابعا- ترشيق المؤسسات الصحفية من العناصر الفائضة غير المتخصصة والاقتصار على العناصر الفاعلة والمبدعة مهنياً

خامسا- تحسين مدخولات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية كلها والعمل بنظام المكافآت مع وضع ضوابط عادلة لصرفها فيما بينهم

سادسا- احترام آراء القائمين بالاتصال ومشاورتهم ومشاركتهم في إبداء الرأي حول خطط المؤسسة الإعلامية الآنية والمستقبلية والوصول معهم إلى موقف مقنع يتسم بالقبول لديهم ولاسيما لمضمون نتاجاتهم الصحفية

سابعا- وضع الخطط العلمية المدروسة لتأهيل وتدريب القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية لنشاطات وممارسات العمل الصحفي المختلفة والتدريب على أجهزة الاتصال ولأنواعها المختلفة والإفادة من معطياتها لتطوير الممارسات الاتصالية لديهم، وإشراكهم في المؤتمرات والندوات والنشاطات التي تعقد داخل العراق وخارجه

ثامنا- توفير أجهزة الاتصال والحاسوب إلى القائمين بالاتصال من قبل المؤسسة لجميع العاملين في المؤسسات الصحفية وإهدائها إليهم أو توفيرها إليهم بشكل مدعوم عن طريق المؤسسة

تاسعا- تكثيف دور نقابة الصحفيين العراقيين بالتحرك على المؤسسات الإعلامية وعلى القائمين بالاتصال ووضع البرامج الكفيلة بتعزيز التواصل الايجابي فيما بينها، وإقناع العاملين في المؤسسات الصحفية بالانتماء إلى النقابة لان هناك أعداداً كبيرة خارج سقف النقابة، وتحسين آلية الانتماء إليها. فضلاً عن تحركها الحقيقي لتوفير الضمان الاجتماعي لجميع القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية عن طريق تفعيل إصدار قانون خاص بذلك وتنظيم قانون التقاعد بشكل منصف وشامل وعادل.

عاشرا- ان تعمل نقابة الصحفيين العراقيين على إيجاد السبل الجادة لتحقيق حماية الصحفيين من الضغوط السياسية والحزبية وضغوط المؤسسات الإعلامية التي يعملون فيها وضغوط مصادر المعلومات وتحقيق التسهيلات العملية لتنفيذ نشاطاته واتصالاته في المجتمع

إحدى عشر- تطوير مراكز ومؤسسات البحث العلمي الإعلامي في داخل المؤسسات الإعلامية وخارجها وحث المؤسسات الإعلامية بالاهتمام في جانب البحث والتطوير والتدريب بالاعتماد على ذوي الاختصاص العلمي والخبرة لتطوير جميع العناصر الإعلامية ولمختلف مواقعها.

المصادر و المراجع

أولاً: الكتب العربية

1. د. إبراهيم الداقوقي، الأنظمة الإذاعية، (بغداد: مطبعة وزارة الأوقاف والشؤون الدينية، 1985).
2. ــــــ قانون الإعلام، (بغداد: مطبعة الأوقاف والشؤون الدينية، 1986).
3. د. احسان محمد الحسن، د. فوزية العطية، (الطبقة الاجتماعية، جامعة بغداد، 1983).
4. ــــــ بهيجة أحمد شهاب، خدمة الجماعة، (بغداد: مطابع التعليم العالي، 1990).
5. د. أحمد بدر، مدخل في الاتصال بالجماهير، (الرياض، 1997).
6. ــــ الصحافة الكونية: دراسات في الإعلام والاتصال الدولي، (القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2006).
7. ــــ الصحافة الكونية: دراسات في الإعلام والاتصال الدولي، (القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر، 2007).
8. أحمد صقر عاشور، إدارة القوى العاملة، (القاهرة: دار الجامعية، 1986).
9. د. أحمد عبد الملك، قضايا إعلامية، (عمان: دار مجدلاوي للنشر، 1999).
10. د. أديب خضور، أدبيات الصحافة، (دمشق: جامعة دمشق، 1986).
11. ــــــ الحديث الصحفي، (دمشق: المكتبة الإعلامية، ط2، 2008).
12. ــــ ازمة الإعلام... أم أزمة أنظمة، (سوريا: المكتبة الإعلامية، ط2، 2008).
13. أكرم ديري، آراء في الحرب: الإستراتيجية وطريقة القيادة، (بيروت، دار اليقظة، 1972).
14. د. السيد بخيت، العمل الصحفي في مصر: سوسيولوجيا الصحفيين المصريين، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1998).
15. ــــــ الانترنيت وسيلة اتصال جديدة: الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والثقافية، (العين: دار الكتاب الجامعي، 2004).
16. د. أمين ساعاتي، إدارة الموارد البشرية من النظرية إلى التطبيق، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1998).

17. د. انشراح الشال، مدخل إلى علم الاجتماع الإعلامي، القاهرة: دار الفكر العربي، 2001).
18. برهان شاوي، مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، (الأردن: دار الكندي، 2003).
19. د. تهامة الجندي، الإعلام العربي: قلق الهوية وحوار الثقافات، (دمشق: نينوى للدراسات والنشر، 2005).
20. د. تيسير ابوعرجة، دراسات في الصحافة والإعلام، (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2000).
21. جابر جاد نصر، حرية الصحافة، (القاهرة: دار النهضة العربية، 1994).
22. جان جبران كرم، مدخل إلى لغة الإعلام، (بيروت: دار الجيل، 1996).
23. ــــــ الإعلام العربي إلى القرن الواحد والعشرين، (بيروت: دار الجليل، 1999).
24. جمال العطيفي، حرية الصحافة وفق تشريعات الجمهورية العربية المتحدة، (القاهرة: 1971).
25. ــــــ آراء في الشريعة والحرية، (القاهرة: الهيئة العامة للكتاب، 1980).
26. د. جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1975).
27. ــــــ الدعاية واستخدام الراديو والتلفزيون في الحرب النفسية، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1985).
28. ــــــ الإعلام والمجتمع، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام: 2002).
29. د. جيهان مكاوي، حرية الفرد حرية الصحافة، (القاهرة: الهيئة المصرية للكتاب، 1981).
30. حسن عماد مكاوي، د. ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: 1998).
31. ــــ أخلاقيات العمل الإعلامي، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2002).
32. ــــ الإعلام ومعالجة الأزمات، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2005).
33. د. حسين نصر، د. سناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات: الخبر الصحفي، (الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، 2003).
34. حمد زويلف القريوني، المفاهيم الحديثة في الإدارة والنظريات والوظائف، (عمان: المكتبة الوطنية، 1993).

35. حمدي حسن، الوظيفة الاخبارية لوسائل الإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1981).
36. خالد صالح، حرية الصحافة، (القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، 2007).
37. خليفة شحاتة، طرق البحث الاجتماعي، (الجماهيرية الليبية، جامعة قاريونس، 1992).
38. خليل صابات، وسائل الاتصال- نشأتها وتطورها، (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ط5، 1987).
39. خليل عبد الرحمن المعايطة، علم النفس الاجتماعي، (الأردن: دار الفكر، 2007).
40. د. ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي: مفهومه وأدواته، (عمان: دار الفكر للطباعة والنشر، ط6، 1998).
41. د. راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في الوطن العربي، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ط2، 2001).
42. رشيد عبد الحميد، محمود الحياوي، أخلاقيات المهنة، (عمان: دار الفكر للنشر والتوزيع، ط2، 1985).
43. رفاعي محمد الرفاعي، السلوك التنظيمي، (مصر: المطبعة الكمالية، 1988).
44. د. زكي الوردي، د. مجبل لازم المالكي، المعلومات والمجتمع، (الوراق للنشر والتوزيع، 2002).
45. زكي محمود هاشم، إدارة الموارد البشرية، (الكويت: منشورات ذات السلاسل، 1996).
46. زيد منير عبوي، فن الإدارة بالاتصال، (عمان: دار دجلة، 2008)".
47. ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2000).
48. سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، (الإسكندرية: دار المعرفة الجماهيرية، 1984).
49. سامي ذيبان، الصحافة اليومية والإعلام، (بيروت، دار المسيرة، 1987).
50. سجاد الغازي، الصحافة العربية: تشريعا وتنظيما وتقنية، (القاهرة: المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية، 1995).

51. سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، (الأردن: عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، 2008).
52. سعيد محمد السعيد، د. حسن عماد مكاوي، الإخبار الإذاعية والتلفزيونية، (القاهرة: مركز جامعة القاهرة، 1999).
53. سليمان صالح، أزمة حرية الصحافة في النظم الرأسمالية- دراسة تحليلية نقدية للتجربة البريطانية، (القاهرة: دار النشر للجامعات المصرية، 1995).
54. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، (القاهرة: عالم الكتب، 1976).
55. ــــــ، بحوث الإعلام، (القاهرة: عالم الكتب، ط3، 1999).
56. ــــــ، الإعلام والاتصال بالجماهير والراي العام، (القاهرة: عالم الكتب، ط2، 1993).
57. د. شوقي ناجي جواد، سلوكيات الإنسان: انعكاساتها على إدارة الأعمال، (بغداد: دار الحكمة للطباعة والنشر، 1992).
58. د. صالح خليل ابو اصبع، إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي، (دمشق: صبرا للطباعة والنشر، 1984).
59. ــــــ، إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي، (الأردن: دار ارام للنشر والتوزيع، ط2، 1997).
60. ــــــ، الاتصال الجماهيري، (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 1999).
61. ــــــ، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، (عمان: دار مجدلاوي، 2004).
62. عبد الباسط محمد حسن، اصول البحث الاجتماعي، (القاهرة: مطبعة دار الثقافة، 1990).
63. عبد الجواد سعيد، إدارة المؤسسات الصحفية، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004).
64. ــــــ، فن الخبر الصحفي: دراسة نظرية تطبيقية، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2005).
65. د. عبد الرحمن توفيق، مهارات اخصائي التدريب، (مصر: مركز الخبرات المهنية للإدارة، 2005).
66. عبد الرحمن عيسوي، اتجاهات جديدة في علم النفس الحديث، (بيروت: دار النهضة العربية، 1983).
67. د. عبد الستار جواد، صناعة الاخبار (بغداد: دار الكتب للطباعة والنشر، 2000).

68. ـــــــــ، فن كتابة الاخبار، (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 1999).
69. عبد الغفار رشاد، دراسات في الاتصال، (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، ط1، 1984).
70. د. عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة، ج1، (بيروت: دار النجاح للنشر والتوزيع، 1973).
71. عبد الفتاح عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر الصحفي، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1989).
72. ـــــــــ، تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1990).
73. عبد الله خليل، الحماية القانونية للجرائديين واخلاقيات العمل الإعلامي: دليل قانوني وتدريبي، (عمان: مطابع الدستور، 2001).
74. د. عبد الله محمد زلطة، فن الخبر: الاسس النظرية والتطبيقات العلمية، (القاهرة: دار الفكر العربي، ط2، 2004).
75. ـــــــــ، القائم بالاتصال في الصحافة، (الهرم: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2007).
76. عبد الله محمد سلمان، المنهج وكتابة تقرير البحث في العلوم السلوكية، (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 1973).
77. د. عبد الله مسعود الطويرقي، صحافة المجتمع الجماهيري: سوسيولوجيا الإعلام في مجتمعات الجماهير، (الرياض: مكتبة العبيكان، 1997).
78. عزيز السيد جاسم، مبادئ الصحافة في عالم المتغيرات، (بغداد: دار افاق عربية للصحافة والنشر، 1985).
79. عزي عبد الرحمن، الحق في الإعلام والاتصال، (تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1994).
80. د. عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، (الأردن: الكثاني للنشر والتوزيع، ط5، 2003).
81. عمر محمد التومي الشيباني، مناهج البحث الاجتماعي، (طرابلس، 1971).
82. د. عواطف عبد الرحمن، هموم الصحافة والصحفيين في مصر، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1995).
83. د. فاروق ابو زيد، فن الخبر الصحفي، (جدة: دار الشروق، ط2، 1984).
84. ـــــــــ، مقدمة في علم الصحافة، (مركز جامعة القاهرة: التعليم المفتوح، 1999).

85. د. فاروق ابو زيد، د. ليلى عبد المجيد، فن التحرير الصحفي، (القاهرة: 2000).
86. فائق بطي، صحافة العراق: تاريخها وكفاح اجيالها، (بغداد: مطبعة الاديب البغدادي، 1968).
87. د. فخري الدباغ، الحرب النفسية، (بغداد: منشورات وزارة الثقافة والفنون، 1979).
88. فرج الكامل، تاثير وسائل الاتصال: الاسس الفنية والاجتماعية، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1985).
89. د. فضيل دليو، اتصال المؤسسة، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003).
90. فلاح كاظم المحنة، البراج الاذاعية والتلفزيونية، (بغداد: دار الحكمة، 1988).
91. فؤاد البهي السيد، علم النفس الاجتماعي، (القاهرة: دار الفكر العربي، ط2، 1955).
92. د. فوزية العطية، مدخل الى دراسة علم النفس الاجتماعي، (بغداد: دار الحكمة للطباعة النشر، 1992).
93. فوزية ذياب، القيم والعادات الاجتماعية، (بيروت: دار النهضة العربية، 1986).
94. د. كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، (جدة: دار الشرق، ط2، 1988).
95. د. لطفي ناصف، دراسات جرائدية، الكتاب الثاني، الاخبار الصحفية صناعة سياسة فن، (القاهرة: مطبعة التيسير، 1988).
96. د. ليلى عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، (القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000).
97. محسن فرج، جرائم الفكر والرأي والنشر: النظرية العامة للجرائم التعبيرية، (القاهرة: دار الغد العربي، ط2، 1988).
98. د. محمد الصيرفي، الإعلام، (الاسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2009).
99. محمد توفيق السيد، القيم، (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، بدون تاريخ).
100. د. محمد خليفة بركات، علم النفس التعليم، (الكويت: دار القلم، ج3، 1976).
101. محمد سيد فهمي، الإعلام من المنظور الاجتماعي، (الاسكندرية: دار المعارف، 1984).
102. محمد طلال، الاتصال في الوطن العربي: قضايا ومقارنات، (المغرب: الشركة المغربية للطباعة والنشر، 1993).
103. محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في وسائل الإعلام، (القاهرة: عالم الكتب، 1993).

104. ـــــــ البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتب، 2000).
105. د. محمد عبد الرحمن الحصيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام: دراسة في النظريات والاساليب، (الرياض: مكتبة العبيكان، 1994).
106. د. محمد علي العويني، الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق، (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 1987).
107. د. محمد عودة، أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، (الكويت: مطبعة ذات السلاسل، ط2، 1989).
108. د. محمد فريد عزت، إدارة المؤسسات الإعلامية، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1994).
109. محمد ماهر عليش، إدارة الموارد البشرية، (القاهرة: دار الجامعات المصرية، 1972).
110. د. محمد مرعي، دليل التدريب في المؤسسات والإدارات، (سوريا: دار الرضا للنشر، 2001).
111. د. محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط3، 2003).
112. ـــــــ مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط6، 2008).
113. ـــــــ الإعلام والموضوعية في القرن الحادي والعشرين، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010).
114. محمد هاشم الهاشمي، الاتصال التربوي وتكنولوجيا التعليم، (عمان: دار المناهج للنشر، 2001).
115. د. محمد هاشم قالوقي، التدريب في اثناء العمل: دراسة لبعض جوانب مراكز التنمية البشرية، (ليبيا: الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان، 2005).
116. د. محمد حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التاثير، (مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 1998).
117. د. محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التاثير، (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003).

118. د. محي الدين عبد الحليم، الاتصال الجماهيري الراي العام، (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 1993).
119. د. مرعي مدكور، الصحافة الاخبارية، (القاهرة: دار الشروق، 2002).
120. موفق عبد المجيد، النشر المكتبي والنشر الالكتروني، (الكويت: منشورات ذات السلاسل، 1995).
121. منير حجاب، نظريات الإعلام الإسلامي، (القاهرة: الهيئة العامة للكتاب، 1982).
122. نادي دبي للصحافة اخرون، نظرة على الإعلام العربي 2007- 2011 تطوير المؤسسات تطوير الكفاءات الإعلامية (الامارات العربية المتحدة، 2007).
123. نجيب اسكندر، قيمنا الاجتماعية واثرها في حياتنا الشخصية، (القاهرة: مكتبة النهضة، 1962).
124. د. هادي نعمان الهيتي، الاتصال الجماهيري المنظور الجديد، (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، 1998).
125. د. هويدة مصطفى، دور الإعلام في الأزمات الدولية، (القاهرة: مركز المحروسة للبحوث والتدريب والنشر، 2001).
126. د. وائل عزت البكري، تطور النظام الصحفي في العراق 1958- 1980، (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، 1994).
127. وفيق الطيبي، دور سكرتير التحرير، منشورات الاتحاد العام للجرائديين العرب، السلسلة المهنية (1)، (القاهرة: 1981).
128. د. يوسف جعفر سعادة، التدريب: اهميته والحاجة اليه، (القاهرة: الدار الشرقية للطباعة والنشر، 1993).
129. يوسف مرزوق، الخدمة الاخبارية في الاذاعة الصوتية: دراسة حول القائم بالاخبار، (القاهرة، 1986).
130. يوسف محمود الشيخ، د. جابر عبد الحميد، سيكولوجية الفروق الفردية، (القاهرة: دار النهضة العربية، 1964).
131. د. حميد جاعد، أساسيات البحث العلمي، (بغداد: شركة الحضارة، 2004).

ثانيا: الكتب المترجمة

1. البرت هستر، دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1988).
2. بيتر ماك انيتيري، اخبار حية: دليل البقاء للجرائديين، ترجمة اكثم التل، (بروكسيل: الاتحاد الدولي للجرائديين، 2003).
3. جون ر. بيتنر، الاتصال الجماهيري: مدخل، ترجمة: عمر الخطيب، (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1987).
4. جون هوثنبرغ، الصحفي المحترف، ترجمة: فؤاد مويساتي، (بيروت: المؤسسة الاهلية، بدون تاريخ).
5. ــــــ الصحفي المحترف، ترجمة: ميشيل تكلا، (القاهرة: مؤسسة سجل العرب، ط4، 1982).
6. جيرهارد مالتسكة، الدراسات السايكولوجية للاتصال الجماهيري (هامبورك، 1963).
7. دان كاسبر، بيهيل ليمور، بانوراما الإعلام الاسرائيلي: والصراع بين مؤسسة الميديا ومؤسسة السياسة والمؤسسة الاجتماعية، ترجمة: د. أحمد المغازي، (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 2007).
8. دنيس ماكويل، الإعلام وتأثيراته، دراسات في بناء النظرية الإعلامية، ترجمة: د.عثمان العربي، (1992).
9. دوريس آية جريبر، سلطة وسائل الإعلام في السياسة، ترجمة: اسعد ابو لبدة، (عمان: دار البشير، 1997).
10. ديفيد راندال، الصحفي العالمي، ترجمة: معين الامام، (المملكة العربية السعودية: مكتبة العبيكان، 2007).
11. رادفورد ايفانس، صحافة بلا دموع، ترجمة: باحثة جومرد، (الموسوعة الصغيرة، 1989).
12. رادي فاسيلف، الحالة الاجتماعية للجرائديين،(بيروت: مؤسسة بترا للطباعة والنشر، 1982).
13. س. أ. تسوكاسوف، إدارة الصحفية، ترجمة: ايمان أحمد، السلسلة المهنية (بغداد، 1985).

14. ستانلي جونسون، جوليان هاريس، استقاء الانباء- فن، ترجمة: وديع فلسطين، (القاهرة: دار المعارف، 1960).
15. سونيا هانت، جينيفر هيلتين، نمو شخصية الفرد والخبرة الاجتماعية ترجمة، د. قيس النوري، (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، 1988).
16. فريزر بوند، مدخل الى الصحافة، ترجمة: راجي صهيون، (بيروت: مؤسسة بدران، 1964).
17. كارول ريتش، كتابة الاخبار والتقارير الصحفية، ترجمة: د. عبد الستار جواد، (الامارات: دار الكتاب الجامعي، 2002).
18. كارولين ديانا لويس، التغطية الاخبارية للتلفزيون، ترجمة: محمود شكري العدوي، (القاهرة: المكتبة الاكاديمية، 1993).
19. كورتيس ماكدونال، مبادئ تحرير الاخبار، ترجمة: د. اديب خضور، (دمشق، ط5، 2000).
20. ليوناردواي ثيل، رون تيلور، مدخل الى الصحافة- جولة في قاعة التحرير، ترجمة: حمدي عباس، (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1990).
21. مارشال ماكلوهان، كيف نفهم وسائل الاتصال، ترجمة: خليل صابات، (القاهرة: مؤسسة فرانكلين، 1975).
22. د. موند كوبلنتز، فن الصحافة، ترجمة: انيس صايغ، (بيروت: دار الثقافة، 1985).
23. ميلفن مينتشر، تحرير الاخبار في الصحافة والاذاعة والتلفزيون، ترجمة: د. اديب خضور، (دمشق، 1992).
24. هاربرت سترنز، المراسل الصحفي ومصادر الاخبار، ترجمة: سمير ابو سيف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ط2، 1989).
25. هول. ولندزي. ج، نظريات الشخصية، ترجمة: فرج أحمد وقدوري حمودي، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للنشر والتاليف، 1969).
26. وارن ك. جي، وسائل الإعلام، ترجمة: ميشيل تكلا، (مكتبة الوعي العربي، 1984).

ثالثا: الرسائل والإطاريح

1. اسعد شريف مجدي، علاقة الضغوط والتعامل معها بالخصائص العصابية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، (الجامعة المستنصرية، كلية الآداب، 1995).
2. بسيوني حمادة، دور وسائل الإعلام المصرية في صناعة القرارات، دراسة تطبيقية على صانعي القرار في مصر، رسالة دكتوراه منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1991).
3. جوتيار محمد رشيد، الحماية الدولية للجرائديين في مناطق النزاعات المسلحة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة بغداد: كلية القانون، 1999).
4. حسين دبي الزويني، الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية لشبكة الإعلام العراقي، أطروحة دكتوراه، (جامعة بغداد، كلية الإعلام، 2009).
5. سامية أحمد هاشم، انعكاس البيئة الإعلامية على القائم بالاتصال، اطرحة دكتوراه غير منشورة، (جامعة بغداد: كلية الإعلام، 2006).
6. سعد صالح الجبوري، مسوؤلية الصحفي الجنائية عن جرائم النشر، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الموصل: كلية القانون، 2006).
7. سعد علي العنزي، الرضا الوظيفي والاداء في شركة التامين الوطنية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة بغداد: كلية الإدارة والاقتصاد، 1985).
8. صالح مهدي صالح، الاحتراق النفسي لدى المرشدين التربويون وعلاقته ببعض المتغيرات، اطروحة دكتوراه غير منشورة، (الجامعة المستنصرية، كلية التربية، 1995).
9. عبد الامير مويت، المخبر الصحفي في الصحافة العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة بغداد: كلية الآداب، 2000).
10. عبد الله زلطة، الممارسة الاخبارية للقائم بالاتصال في الصحافة المصرية، دراسة تطبيقية مقارنة للجرائد القومية والحزبية، اطروحة دكتوراه، (جامعة بنها، كلية الآداب، 2007).
11. فاكهة جعفر محمد، صراع الدور وعلاقته بالشعور بالكفاءة المهنية لدى المراة اليمنية العاملة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة بغداد: كلية الآداب، 2002).

12. كامل علوان الزبيدي، الضغوط النفسية وعلاقتها بالرضا المهني والصحة النفسية لدى اعضاء هيئة التدريس في الجامعة، أطروحة دكتوراه غير منشورة، (جامعة بغداد: كلية الآداب، 2000).
13. كريم مشط الموسوي، اخلاقيات الإعلان، دراسة تحليلية للإعلانات في الصحافة العراقية للمدة (2001- 2002) رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة بغداد، كلية الإعلام، 2003).
14. لؤي مجيد البلداوي، الخصائص المهنية للجرائديين العراقيين، اطرحة دكتوراه غير منشورة (جامعة بغداد، كلية الآداب، 1996).
15. محمد بن سليمان الصبيحي، العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور: دراسة وصفية في ضوء متغيرات البيئة الاتصالية الحديثة، أطروحة دكتوراه غير منشورة، (السعودية، جامعة الامام محمد بن سعود الإعلامية، 2008).
16. محمد خليل خميس الجميلي، بناء مقياس اتجاهات طلبة المرحلة المتوسطة نحو التعليم المهني، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة بغداد: كلية التربية ابن رشد، 1989).
17. محمود حمود حسن، مراكز التدريب الإعلامي: دراسة مقارنة بين المركز العربي للتدريب الاذاعي والتلفزيوني والجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير، اطروحة دكتوراه غير منشورة، (جامعة بغداد: كلية الإعلام، 2009).
18. هاني أحمد يونس الدباغ، الرضا عن العمل، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة بغداد: كلية الآداب، 1998).
19. وفاء كمال سعيد، الضغوط المهنية وعلاقته بالتعب النفسي لدى رؤساء ومقرري الاقسام في الجامعة، اطروحة دكتوراه غير منشورة، (الجامعة المستنصرية، كلية الآداب، 2005).
20. يوسف مرزوق، العوامل التي تؤثر على القائمين بالاخبار- دراسة تطبيقية على حراس البوابة في راديو القاهرة، اطروحة دكتوراه غير منشورة، (جامعة سوهاج: كلية الآداب، 1981).

رابعا: البحوث والدراسات

1. ادوارد اس. هيرمان، وسائل الإعلام والاسواق في الولايات المتحدة، بحث منشور ضمن الحق في الابلاغ: دور وسائل الإعلام الجماهيري في التنمية الاقتصادية، (عمان: الاهلية للنشر والتوزيع، ط1، 2005).
2. د. اسما حسين حافظ، القائم بالاتصال في الصحافة الاقليمية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد العاشر، كانون الثاني- اذار، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2000).
3. د. أحمد محمد العيد، د. محمد حمود الشيخ حسن، علاقة الرضا الوظيفي والتكيف الدراسي بدافعية الانجاز لدى المعلمات الطالبات في الانتساب الموجه بجامعة الامارات العربية المتحدة، (المجلة التربوية، العدد (64)، المجلد الثاني عشر، 1998).
4. د. اميرة العباسي، رؤية الصحفيين في الجرائد الخاصة المصرية لاخلاقيات المهنة، بحث مقدم الى المؤتمر العلمي السنوي التاسع، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2003).
5. حسن عماد، المسؤولية الاجتماعية وممارسة العمل الاخباري، مجلة بحوث الاتصال، العدد التاسع، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1993).
6. حق الاتصال، بحوث ودراسات مقدمة الى الندوة العربية لحق الاتصال في بغداد عام 1981، اعداد: دائرة الشؤون الثقافية، (الكويت: مؤسسة الخليج للطباعة والنشر، 1982).
7. سعيد محمد السيد، الضغوط المهنية والإدارية على القائم بالاتصال، (المجلة العلمية لكلية الإعلام، العدد (1)، (القاهرة، 1997).
8. صابر فلحوط، سجاد الغازي، الاتحاد العام للجرائديين العرب: دراسة وثائقية، تقديم: سعد قاسم حمودي، (بيروت: مؤسسة بترا للطباعة والنشر، 1982).
9. صباح أحمد النجار، الرضا عن العمل، مجلة اداب الرافدين، العدد 28، (جامعة الموصل، 1996).
10. د. عبد اللطيف خليفة، ارتقاء القيم: دراسة نفسية، سلسلة عالم المعرفة، العدد 160، (القاهرة: 1992).
11. د. عبد النبي خزعل، الحرية والمسؤولية المهنية كما يفهمها الإعلاميون العراقيون، بحث منشور ضمن الإعلام العراقي حرية التعبير والوصول الى المعلومة، (بغداد: هيئة الإعلام والاتصالات، 2010).

12. عماد النجار، النقد المباح: دراسة مقارنة، (القاهرة: دار النهضة العربية، 1977).
13. د. عواطف عبد الرحمن، الحق في الاتصال وحماية الصحفيين، بحث منشور ضمن الحق في الاتصال وارتباطه بمفهوم الحرية والديمقراطية (تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1994).
14. فاضل البدراني، واقع الصحافة العراقية في زمن الاحتلال الأمر يكي، مجلة المستقبل العربي، 347، (مركز دراسات الوحدة العربية، 2008).
15. مجموعة من الكتاب الالمان والبلغار، دراسات نظرية في علم الصحافة، ترجمة: د. اديب خضور، مجلة الإعلام العربي، العدد 11، (المنظمة العربية للثقافة والعلوم، 1987).
16. د. محمد الباوي، الإطار التربوي لقضية الاخلاقيات المهنية في وسائل الاتصال الجماهيرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الأول، (جامعة القاهرة: 1997).
17. د. محمد سعد إبراهيم، المسؤولية الاخلاقية والقانونية للجرائديين وعلاقتها بالسمات الشخصية، بحث مقدم الى المؤتمر العلمي التاسع، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2003).
18. محمد صاحب سلطان، دراسة لقسم الصحافة المحلية، مجلة دراسات إعلامية، (العراق: مركز التدريب الإعلامي لوزارة الثقافة والإعلام، 1993).
19. د. محمد عبد الفتاح ياغي، عملية اتخاذ القرارات، المجلة العربية للإدارة، المجلد السابع، العدد 23، (1983).
20. ناصف عبد الخالق، الرضا الوظيفي واثره على إنتاجية العمل، المجلة العربية للإدارة، العدد الأول، السنة السادسة،(1982).
21. نهاوند القادري، سعاد حرب، الإعلاميات والإعلاميون في التلفزيون: بحث في الادوار والمواقع، (بيروت: ط1، 2002).

خامسا: الجرائد والمجلات

1. د. الحسيني الديب، الإدارة ونجاح المؤسسة الصحفية، عرض عاطف صقر، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 46، (القاهرة: 1987).
2. د. ثامر كامل محمد، تحديات الإعلام العولمي، مجلة تواصل، السنة الرابعة، العدد الثالث والثلاثون، (بغداد: هيئة الإعلام والاتصالات، 2009).
3. حسين دبي الزويني، القيم الاجتماعية والضغوط المهنية للقائم بالاتصال، مجلة تواصل، (بغداد: هيئة الإعلام والاتصال، 2007).
4. د. محمد جاعد محسن، إدارة المعرفة وإدارة الإعلام، مجلة تواصل، العدد 19، (بغداد: هيئة الإعلام والاتصالات، 2007).
5. د. خليل إبراهيم الطيار، دور مجموعات الضغوط الأمريكي، مجلة الأمن القومي، العدد الرابع، السنة السابعة، (بغداد: 1985).
6. د. سعيد محمد السيد، مجلة الدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير، العدد 52، (القاهرة: المركز العربي للدراسات الإعلامية، 1988).
7. صلاح الدين حافظ، انتهاك حرية الصحافة جريمة حرب، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 122، (القاهرة: المركز العربي الاقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية، 2006).
8. طلعت منصور، سايكولوجية الاتصال، مجلة عالم الفكر، المجلد الحادي عشر، العدد (2)، (الكويت، 1980).
9. د. عزي عبد الرحمن، مسالة البحث عن منهجية بحث: اعادة النظر في نمط لاسويل، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد (2)، (1988).
10. د. محمود ابو زيد، عرض كتاب (سياسة وسائل الإعلام)، مجلة عالم الفكر، المجلد الحادي عشر- العدد الثاني، (الكويت: 1980).

سادسا: المعاجم والموسوعات:

1. د. عبد الستار جواد، النقد الصحفي، الموسوعة الصغيرة، 419، (بغداد: دار الشؤون الثقافية، 1999).
2. د. كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، (بيروت: دار الجبل، ط2، 1994).
3. د. محمد جمال الغار، المعجم الإعلامي، (عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، 2006).

4. د. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الأول، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003).
5. ـــــــ، الموسوعة الإعلامية، المجلد الخامس، (دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003).

سابعا: المحاضرات

1. د. حامد ربيع، أبحاث في نظرية الاتصال وعملية التفاعل السلوكي، محاضرات ألقيت على طلبة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، (جامعة القاهرة: 1973).

ثامنا: الانترنيت

1. تقرير الجمعية العراقية للدفاع عن حقوق الصحفيين، شبكة (الانترنيت)، على موقع: www.hrinfo.net.
2. سعيد فودة، الاتجاهات النفسية الاجتماعية وعلاقاتها العضوية بالسلوك البشري، شبكة الانترنيت، على موقع الشبكة الاستراتيجية، 2005.
3. عبد الكريم الشظمي، سيكولوجية الاتجاهات، شبكة الانترنيت، موقع الاستراتيجية، 2009/2/12.
4. مدى تمكن المؤسسات الصحفية في قطاع غزة من الوصول إلى مصادر المعلومات، دراسة من إعداد برنامج مراقبة وسائل الإعلام في مؤسسة الضمير لحقوق الإنسان، شبكة الانترنيت على موقع:
www.freewebtowm.com 2009/3/5

تاسعا: النصوص والتقارير

1. البيان الختامي وتوصيات المؤتمر الدولي حول حرية التعبير والتنمية الإعلامية في العراق، هيئة الإعلام والاتصالات باريس 8-10 كانون الثاني، 2007، (بغداد، 2007).
2. تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال، أصوات متعددة وعالم واحد، (الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1981).
3. تقرير مرصد الحريات الصحافية في العراق (نيسان، 2007).
4. نص الإعلان العالمي لحقوق الإنسان (الجمعية العامة للأمم المتحدة، 1948).

عاشرا: المقابلات
1. د. بدرخان السندي، رئيس تحرير جريدة التآخي، بتاريخ 2010/7/24.

احد عشر: المصادر الأجنبية:
1. Abraham, Henry J., Censorship inten national encyclopedia of social sciences, (1968).
2. Alex Ten, mass communication theories & research Columbus, (cohaio: cidpullishing, 1981).
3. Bernard C. cohen, the press and foreign policy, (Princeton: new jersey, 1963).
4. Carl Joachim friedrich, man and his covernment: an empirical theory of politics, (New York: Hill book company, mc cnaw-Hill, 1963).
5. De been and J. C. Menuill, topical issues and media systems, global journalism, 4th ed (Boston: Pearson, 2004).
6. Jerel (.A. Rosati, Ed, Readings in the politicos of us, (foreign policy, font worth: Hancount, brase, 1988).
7. Johan, C. Mennill, Golobal journalism, survey of the world mass media, Longman Inc, (1983).
8. John R. Sehermen Horn, Management and organizational Behavior, (New York, 1996).
9. Herbert J. Ganns, Deciding whats News, (London: constable printing, 1980).
10. Hough, George A, News writing, 4th edition, (boston: Houghton nifflin company, 1991).
11. kremen J. Affective isolation a coping starting for persions with low and high amount of life stress, Journal of research in personality, (1982.)

12. lacian Pye, Communication and political development, (Princeton, N.J. Princeton university press, 1963.)
13. lazar Judith, Sociologies de la communication de mass, (Paric: armand colin, 1991.)
14. lioyed sommerland, national communication systems: some policy issues and options, reports and papers on mass communication, (Paris: un Esco, 1978.)
15. Locke, what is job satisfaction, (organizational behavior and human behavior.)
16. Phillips division, james boylan, Fredrick, t.C. mass media system and effects, (London: pracgen publishes, 1976.)
17. Ralph Holsing en, media law, (N.Y. Random House, 1987)
18. Reed, H. Black, Taxonomy of conception mass communication, (New York: Hostings hous Publishes, 1975.)
19. Wesnes, Job stress, Journal of Applied psychology, (1980.)

الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة

تحتاج مهنة الصحافة، كي تبلغ المستوى الرفيع برسالتها في إيصال المعلومة للجمهور، إلى أن تتوافر في القائمين بالاتصال خصائص مهنية معينة ليؤدوا الدور المنوط بهم بنجاح، فلا توجد مهنة تقتضي من صاحبها ما تقتضيه الصحافة، فالقائم بالاتصال هو الشريان الرئيس للنشاط الاتصالي الإعلامي، فهو الذي يتولى تنفيذ الأدوار والمسؤوليات ويتحمل عبء القيام بمتطلباتها ومواجهة الظروف والتحديات المختلفة الناجمة عن التطورات والتغيرات المتلاحقة في عالم الصحافة.

ان دراسة القائم بالاتصال من أهم الموضوعات العلمية التي يجب أن يركز عليها الباحثون في مجال الإعلام لاسيما وإن طبيعة الأداء المهني للقائمين بالاتصال ينعكس على مسيرة الصحافة بشكل واضح.

يضع القائم بالاتصال العديد من الاعتبارات المهمة عند صياغة المادة الصحفية، منها علاقته بالجمهور ومدى علاقته بمصدر المعلومات وانعكاس هذه العلاقة على أدائه الإعلامي، كذلك للتدريب والتأهيل الأكاديمي دور كبير في تشكيل بعض الخصائص المهنية لدى القائم بالاتصال .

وللسياسة الإعلامية المتبعة في المؤسسة وموقف القائم بالاتصال منها دور في التأثير على ما يمتاز به من خصائص مهنية والتي يكون لها ارتباط بالأخلاق المهنية التي يعمل وفقاً لها.



دار أمجد للنشر والتوزيع

طباعة ◆ نشر ◆ توزيع

daramjadbooks amjadbooksdp daramjadbooks

dar.amjad2014dp@yahoo.com daramjadbooks@gmail.com

للتواصل و الإستفسار: TelFax :+9624653372 +962796914632 +962799291702 +962796803670



ابصار ناشرون و موزعون

المحترفون الاردنيون لصناعة برايل

ibsarBraillejo ibsarbraillejordan@gmail.com



ISBN 978-9957-99-714-4